

Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115518672>






CAI  
DB35

- A56

53

 National  
Farm Products  
Marketing Council

Conseil national  
de commercialisation  
des produits agricoles

Canada



ANNUAL REPORT

1989-1990





National Farm Products  
Marketing Council

270 Albert Street  
P.O. Box 3430, Station D  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

Conseil national de commercialisation  
des produits agricoles

270 rue Albert  
C.P. 3430, station D  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

The Honourable Don Mazankowski, P.C., M.P.  
Minister of Agriculture  
House of Commons  
Ottawa, Ontario  
K1A 0A6

Dear Mr. Mazankowski:

In accordance with Section 16 of the Farm Products Marketing Agencies Act, I submit herewith the Annual Report of the National Farm Products Marketing Council for 1989-1990.

The Council would like to acknowledge the dedication and contribution of its staff and express its appreciation of the assistance rendered by many organizations, specifically Agriculture Canada, which co-operated with the Council in implementing its programs during the year.

Yours sincerely,

Ralph J. Barrie  
Chairman

National Farm Products Marketing Council

June 1990

The National Farm Products Marketing Council was established in 1972 under the Farm Products Marketing Agencies Act, to supervise agencies set up to administer national and regional marketing plans. The Act allows producers of farm products (other than industrial milk and wheat) to develop national or regional marketing plans. Plans including supply management are allowed only for eggs, poultry, and tobacco. There are now four national agencies, for table eggs, turkey, chicken, and broiler hatching eggs.

The Council advises the Minister of Agriculture on all matters relating to the establishment, operation and performance of the agencies. It works with the agencies and provincial governments to promote more effective marketing of the regulated products in interprovincial and export trade. The Council has the power to call public hearings on any aspects of, or relating to, agency operations, as well as on any proposal to establish a new agency. In conducting such hearings, the Council has equivalent powers of a Commissioner appointed under Part I of the Inquiries Act.

# CONTENTS

---

## PAGE

**4 MESSAGE FROM THE CHAIRMAN**

**5 OPERATIONS REVIEW**

**5 Canadian Egg Marketing Agency**

**14 Canadian Turkey Marketing Agency**

**19 Canadian Chicken Marketing Agency**

**27 Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency**

**33 Agency Budgets**

**34 Cost of Production and Pricing**

**35 ADMINISTRATIVE REVIEW**

**36 Financial Report**

**37 GLOSSARY**

**40 THE COUNCIL IN 1989-1990**

## MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

---

As Chairman of the National Farm Products Marketing Council, I have had the opportunity in the past year to speak to many people in the Agri-food industry. A number of concerns are always raised.

Changes in both domestic and international markets have raised new questions for players in the Agri-food business. Foremost of these, is what new challenges the current environment will bring to supply management. And related to this, is how will the industry, as a whole, adjust and take advantage of this changing market environment.

These are questions which, I feel, must be dealt with by the industry as a whole. This is why, the National Farm Products Marketing Council has initiated a series of events to try to bring together the various players to discuss these issues. The Marketing Seminar for the Poultry and Egg Industries in November was one such event. More than 200 people representing producers, national agencies, primary processors, representatives of the retail and food services sectors, consumers and government (both federal and provincial) met to share and discuss their experiences, their concerns and their ideas for solutions.

The Council feels that through industry-wide consultations, we can adapt and take advantage of new and changing market environments. As does the Task Force on Competitiveness in the Agri-food Industry, we also stress the need to develop and foster collaborative relationships throughout the industry.

As a member of the Poultry Task Force, two things strike me again and again as I speak with people. One, the realization by most of the players in the industry that change is inevitable and two, the feeling that the Agri-food industry can adapt to changing markets and remain competitive.

I am confident that the 1990s will see us better off for having worked together as an industry and for having sought and found those resources necessary to survive in a changing world.



Ralph J. Barrie

# OPERATIONS REVIEW

## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

### Highlights of 1989-1990

#### **CEMA's financial position slowly improves**

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), through its surplus removal program, is responsible for purchasing surplus eggs from producers and selling them to Canadian breakers or export markets. Surplus eggs sold to Canadian breakers for domestic use are priced at a U.S. equivalent competitive price, the Urner-Barry formula price. Export surplus is sold to the highest bidder and usually fetches a price lower than the Urner-Barry price.

In 1989, the combined deficit of CEMA's surplus removal funds decreased from \$14.4 million at the beginning of the year to \$11.1 million at the end of the year. The financial recovery has continued into 1990 and, during the first quarter of the year, this combined deficit was further reduced to approximately \$9.5 million.

Concerned over the Agency's continuing financial difficulties, the provincial supervisory boards proposed that certain initiatives be undertaken by CEMA under Council's supervision. The first proposal was to have an independent third party conduct a study to evaluate the integrity of the regulated hen audit system through a paper audit trail. The firm of Coopers and Lybrand Consulting Group was selected to conduct this evaluation. The final report, which was released in July of 1989, found that the Hen Inventory program is a cost-efficient method of managing the regulated flock. The second initiative was to establish a technical committee mandated with examining the merits of a pricing system of eggs to processors based on end-use. This committee met on a number of occasions to investigate the possibilities of such a pricing system, but the findings of the committee were inconclusive.

The issue of the dependence on consumers of table eggs for subsidizing the continuing growth of a domestic processing industry remained a concern of the Signatories. Therefore, in November of 1989, the Council and provincial supervisory boards were unanimous in their wish to put in place, in collaboration with CEMA, a technical working group. In December of 1989, the technical working group was established. This group was given the mandate to review the feasibility of egg producers receiving full cost of production on all eggs produced for the domestic market, whether they are destined for the table or processed markets. As a secondary goal, the group was asked to identify program alternatives which would best pursue the findings and conclusions of the group's analysis. The technical working group is expected to table its recommendation in late September 1990.

#### **Council decides not to hear the CAC complaint**

On February 21, 1989, the Council received a complaint from the Consumers' Association of Canada (CAC) in which this organization expressed concerns over CEMA's proposal to increase the cost-of-production equalization (COPE) levy from 5 cents to 7 cents per dozen of eggs.

After consultation with both parties, a hearing of the complaint under 7(1)(f) of the FPMA Act was scheduled for June 1, 1989. However, following receipt of a letter from CEMA arguing that the CAC complaint should be dismissed, the inquiry panel decided that the hearing should be set aside and instead agreed to hear procedural arguments to determine whether or not to proceed with the hearing. In June 1989, on the basis of the panel's recommendations, the Council decided not to hold a formal hearing into the CAC complaint.

The decision was made in accordance with section 2(c) of the Council's October 1988 Guidelines for the Disposition of Complaints made pursuant to the Farm Products Marketing Agencies Act. The Council was of the view that the CAC's

complaint would be a re-examination of issues already dealt with by the Ministerial Committee Report of 1987 and the Liaison Committee which was charged with implementing the recommendations of that report. The Council also felt that the CAC had not brought forward any new information which would warrant a further review of the levy and surplus removal issues.

Notwithstanding the decision it made, the Council felt strongly that it wished to provide the CAC with an opportunity for defining its concerns. The Council agreed to host a meeting, in September 1989, with both the CAC and CEMA to establish a format for future meetings as a process for trying to resolve the issue of the rising cost of the surplus removal program. In September, the CAC requested that the meeting be postponed.

#### **CPEPC files a complaint against the 1-cent reduction in the buy-back allowance**

In March of 1989, the Canadian Poultry and Egg Processors' Council (CPEPC) filed a complaint against CEMA's decision to reduce the buy-back price for surplus eggs by 1 cent, thereby reducing the allowance for the grading costs. CPEPC contended that the Agency's actions would cause financial hardship on egg graders.

The Council heard the complaint pursuant to Section 7(1)(f) of the Farm Products Marketing Agencies Act on May 4, 1989.

The panel report with respect to the CPEPC complaint was endorsed by the Council. The panel recommended that CEMA and CPEPC work towards reaching an agreed-upon formula for the grading fee by December 31, 1989, which would provide some basis for future planning and for public accountability. Based on the evidence provided, the Council was not convinced that financial hardship had occurred as a result of the buy-back reduction.

#### **Alberta challenges the Council's authority**

On January 2, 1990, the Alberta Egg and Fowl Marketing Board announced its intention to challenge the Council, through the legal system, on how it exercises its powers in relation to CEMA. The Alberta Board is dissatisfied with how decisions made by Council affect the administration of the Federal-Provincial Agreement on Eggs.

It is the Council's view that Section 6 of the Farm Products Marketing Agencies Act specifies that the duties of the Council include reviewing the operations of Agencies to ensure that they are being carried out in accordance with Agency objects. These objects include the requirement "to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products." Council is mandated to perform a supervisory role in ensuring that agencies abide by this statutory requirement; given this, the imposition and administration of the Agency's levy are the concern of Council.

#### **Ontario Egg Board offers its producers the choice of a two-week mandatory down time in lieu of a 2% quota reduction**

In response to the 2% quota cut made on August 6th, 1989, the Ontario Egg Producers' Marketing Board offered its producers the option of taking a mandatory two-week down time. Although CEMA recognized that, under the proposal, Ontario will reduce the quota by 2% and will not necessarily be in a penalty position, the Agency objected to the option because it is not in compliance with the 1984 penalty amendment.

On June 23, 1989, CEMA filed a complaint with the Provincial Minister of Agriculture, the Ontario Farm Products Marketing Council and the Council, pursuant to Part II (c) of Federal-Provincial Agreement.

The Council was requested to convene a limited signatories meeting as the parties could not resolve their dispute. On August 23, 1989, the Council met with Ontario government representatives, the Ontario Egg Producers' Marketing Board and CEMA pursuant to Part II(c) of the Federal-Provincial Agreement. After weighing and evaluating the information provided by all parties at that meeting, the Council, in a letter dated August 31, 1989, to the acting Chairman of CEMA and to the Chairman of the Ontario Egg Producers' Marketing Board, stated that it was not persuaded that the Ontario program breaches commitments in the Federal-Provincial Agreement given that a mandatory down-time is a period during which a producer will not be authorized to have hens in his possession.

## **Debate continues over the interprovincial movement program**

At the request of the Quebec, Ontario and Manitoba Directors, the Agency decided to cease the program of subsidizing the interprovincial movement of ungraded product, effective February 1, 1990. It was felt that this program had served its purpose and was no longer required. CEMA agreed to continue to subsidize the interprovincial movement of graded product between Manitoba and Ontario when the product is needed.

On January 26, 1990, an appeal under section 7(1)(f) of the FPMA Act was filed on behalf of the Ontario Egg Processors' Association. The Association was challenging the Agency's decision to terminate the interprovincial movement program for Manitoba eggs. A hearing into the complaint was scheduled for February 16, 1990.

On February 13, 1990, CEMA decided to reinstate the program until July 31, 1990. A review of the program will be made by a consultant and presented to the Agency in May. Following receipt of the report, the Agency will decide on the continuation of the program. Given the Agency's decision, the Ontario Egg Processors' Association withdrew its appeal to the Council.

On February 20, 1990, the Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec (FEDCO) advised CEMA that in their view the subsidies are illegal and economically unjustified. As a result, FEDCO requested that the Agency immediately stop the program. FEDCO indicated that should the program continue, they would make a complaint to the Council under section 7(1)(f) of the FPMA Act.

## **Supply Management**

### **Quotas**

Despite the quota reductions implemented in 1988, the amount of product declared surplus remained high. In 1989, 4.5 million boxes of eggs were declared surplus as compared to 4.2 million boxes in 1988.

The Council, at its November meeting, prior-approved CEMA's proposed 2% quota reduction, effective May 1, 1990. The unregulated flock numbers listed in the quota order were also revised on the basis of the most recent Statistics Canada information. The effective period of the quota schedule was also extended for a 12-month period starting in May of 1990.

The Council continues to believe that, with the establishment of the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency in November 1986, there is a legal need for CEMA to develop a means of separating broiler hatching eggs from the base quota. All eggs have been included in the base since CEMA was established.

### **Levies**

Two levies are added to the cost-of-production (COP) formula used by CEMA to set producer prices for grade A large eggs. One covers the Agency's administrative costs. The other, the cost-of-production equalization levy (consumer levy), funds the Agency's surplus removal program. Producers also pay a levy to fund export sales of surplus eggs not bought by processors under the domestic surplus removal program. This levy is not passed on to consumers in farmgate egg prices.

All levies must be approved by the Council at least annually.

### **Cost-of-production equalization levy**

The Council met with CEMA Chairman, Vice-Chairman, General Manager and staff on July 26, 1989 to discuss the Agency's proposed 2-cent/dozen COPE (i.e. consumer) levy increase. The Council outlined both its position and concerns to CEMA and requested a meeting with CEMA's full Board of Directors. The Council and provincial supervisory board representatives met with CEMA's Board of Directors and provincial commodity board representatives on August 22, 1989, to discuss the Agency's proposed levy increase.

At that meeting, CEMA failed to present a comprehensive financial recovery proposal to support its request for the proposed 2-cent/dozen COPE levy increase. The Council and the provincial supervisory boards advised CEMA that, at a minimum, requests for future amendments to

levy orders must be accompanied by a comprehensive financial recovery proposal.

In September, CEMA decided to seek a one-year extension of the surplus removal levies at its present level of 12 cents. Although the total levy was not increased, CEMA was proposing a change in the surplus removal responsibilities.

The Council, at its meeting of October 3-4, 1989, declined to prior-approve CEMA's proposed amendment to the Canadian Egg Marketing Levies Order, which was intended to extend the effective date of the levies, keeping them at their present level, until December 29, 1990. The Council advised the Agency that, although it felt that the 12-cent combined surplus removal levy was presently at an appropriate level, the Council did not agree with the split of responsibility between the COPE and the producer levies as proposed by the Agency.

At its October 25-26, 1989 meeting, CEMA decided to seek a one-year extension of the surplus removal levies at their present level of 12 cents. The Agency also proposed that the present division of responsibilities between the consumer and the producer be maintained. This means that the COPE levy will remain at 7 cents and the producer levy will remain at 5 cents. CEMA also agreed that, for 1990 only, 2 cents of the 5-cent producer levy should be given to the consumer fund; however, the consumer responsibility will not be capped at 15% of the previous year table egg consumption, which means that the COPE fund will continue to pay for all sales to the domestic processing industry.

At its November meeting, the Council prior-approved a one-year extension of the levies at their present level of 12.0 cents and with the maintenance of the present division of responsibility between the consumer and the producer.

The COPE fund ended 1989 with a deficit of \$20.3 million compared with an estimated deficit of \$13.2 million at the end of 1990.

#### **Producer Levy**

In November 1989, the Council approved a one-year extension of the producer levy at its current level of 5 cents. However, the Agency has agreed that, for 1990 only, 2 cents of the 5-cent

producer levy would be transferred to the COPE fund. Hence, during 1990 the producer fund will be receiving revenues of 3 cents per dozen.

The producer fund ended 1989 with a balance of \$9.2 million compared with an estimated balance of \$11.8 million at the end of 1990.

#### **Administrative Levy**

In November 1989, the Council agreed with the Agency's decision to keep the administrative levy at 2 cents per dozen for another one-year period, starting January 1, 1990.

In 1989, CEMA had an administrative surplus of \$1.5 million which increased the administrative cash reserves from \$3.0 million at the beginning of 1989 to \$4.5 million at the end of 1989.

#### **Financial Performance**

In 1989, the Agency's total administrative cost was \$7.2 million with total revenues of \$8.7 million. Advertising and promotion continued to be the largest expenditure at \$3.2 million or 44% of the total expenses.

CEMA's 1990 budget projects a deficit of \$0.4 million. Revenues are projected at \$8.4 million and expenses at \$8.9 million. Advertising and promotional expenses will take up 44% of the total budget cost.

In September 1989, CEMA introduced an austerity program in an effort to ease the financial pressure being created by the removal fund deficit. The Agency introduced a number of cost saving measures and decided to suspend its televised promotional campaign while the advertising department reviewed the effectiveness of its advertising program. This explains why the Agency ended 1989 with an actual surplus of \$1.5 million as compared to the \$.4 million that had been anticipated. Since the austerity program will be in place until June of 1990, it is to be expected that the actual 1990 expenses will be considerably lower than the budgeted expenses. For this reason, CEMA will have a surplus in the administrative fund as opposed to the deficit which had been budgeted.

*Ongoing concerns:*

- *CEMA's financial situation*
- *Interprovincial movement of table eggs*
- *Technical working committee*
- *Grading and handling allowance for surplus eggs*

**TABLE 1**  
**EGGS**  
**MARKET STATISTICS**  
**1985 - 1989**

	1985	1986	1987	1988	1989	CHANGE BETWEEN 1988-1989
	(000'S)					(%)
CHICK PLACEMENT EGG LAYERS	23,534	23,239	22,950	22,889	21,860	-4.50
(000'S OF BOXES OF 15 DOZENS)						
EGG PRODUCTION						
-GRADE A	25,725	25,872	26,062	26,281	25,727	-2.11
-OTHER GRADES	1,310	1,308	1,645	1,266	1,184	-6.48
TOTAL	27,035	27,180	27,707	27,547	26,911	-2.31
IMPORTS - GRADE A	426	478	359	288	452	56.94
TOTAL SUPPLY	27,461	27,658	28,066	27,835	27,363	-1.70
TABLE CONSUMPTION	23,519	24,128	23,364	23,163	22,373	-3.41
PROCESSING	3,036	2,742	3,280	3,287	4,174	26.99
EXPORTS - TABLE	182	1	49	0	8	N/A
TOTAL UTILIZATION	26,555	26,870	26,644	26,450	26,547	0.37
TONNES (LIQUID EQUIV.)						
IMPORTS - PROCESSED	4,773	5,832	4,791	6,358	4,325	-31.98
EXPORTS - PROCESSED	8,181	6,253	9,528	11,401	7,310	-35.88
(000'S BOXES OF 15 DOZENS)						
SURPLUS - BREAKER	2,431	2,289	2,277	2,718	3,654	34.44
SURPLUS - EXPORTS	724	787	1,373	1,385	808	-41.66

Source: Agriculture Canada, CEMA

Note: Historical data have been revised

**TABLE 2**  
**EGGS**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1986 - 1989**

PROVINCE	1986			1987			1988			1989		
	QUOTA	MARKET		QUOTA	MARKET		QUOTA	MARKET		QUOTA	MARKET	NUMBER OF
	(000'S OF	SHARE		(000'S OF	SHARE		(000'S OF	SHARE		(000'S OF	SHARE	PRODUCERS
	DOZENS)	%		DOZENS)	%		DOZENS)	%		DOZENS)	%	
B.C.	54,883	11.988		54,883	11.988		54,883	11.988		54,947	11.986	155
ALTA.	39,634	8.657		39,634	8.657		39,634	8.657		39,681	8.656	230
SASK.	21,676	4.734		21,676	4.734		21,676	4.735		21,702	4.734	80
MAN.	51,947	11.347		51,947	11.347		51,947	11.347		52,009	11.346	240
ONT.	173,768	37.956		173,768	37.956		173,768	37.956		173,976	37.952	682
QUE.	75,393	16.468		75,393	16.468		75,393	16.468		75,484	16.467	175
N.B.	9,386	2.050		9,386	2.050		9,386	2.050		9,426	2.056	22
N.S.	18,697	4.084		18,697	4.084		18,697	4.084		18,720	4.084	40
P.E.I.	3,273	0.715		3,273	0.715		3,273	0.715		3,221	0.703	27
NFLD.	9,163	2.001		9,163	2.001		9,163	2.001		9,242	2.016	31
CANADA												
TOTAL	457,820	100.000		457,820	100.000		457,820	100.000		458,408	100.000	1,682

Source: CEMA Quota regulations

**TABLE 3**  
**EGGS**  
**SURPLUS REMOVAL PROGRAM**  
**1985 – 1989**

	1985	1986	1987	1988	1989
<b>DOMESTIC SURPLUS</b>					
	(BOXES OF 15 DOZENS)				
SURPLUS REMOVED	2,430,610	2,391,780	2,372,625	2,718,248	3,654,108
	(\$ MILLIONS)				
SALE TO PROCESSORS	24.095	24.715	19.281	21.509	35.994
REMOVAL EXPENSES	41.102	37.650	35.813	46.431	64.324
LOSS	-17.006	-12.935	-16.532	-24.922	-28.330
	(DOLLARS)				
AVERAGE COST PER BOX	-6.997	-5.650	-6.968	-9.168	-7.753
<b>EXPORT SURPLUS</b>					
	(BOXES OF 15 DOZENS)				
SURPLUS REMOVED	723,913	810,560	1,378,300	1,385,170	807,546
	(\$ MILLIONS)				
EXPORT REVENUES	4.448	5.587	8.691	6.240	4.790
REMOVAL EXPENSES	12.262	12.629	21.115	24.767	23.022 *
LOSS	-7.814	-7.042	-12.424	-18.527	-18.212
	(DOLLARS)				
AVERAGE COST PER BOX	-10.794	-8.688	-9.014	-13.375	-12.330

Source: CEMA

Note: Historical data have been revised

\* Includes the fowl removal program.

TABLE 4  
EGGS  
LEVIES  
1989

PROVINCES	ADMINISTRATIVE LEVIES							TOTAL LEVY REVENUE
	CONSUMER ADDED TO COP PRICE	PRODUCER* NOT ADDED TO COP PRICE	CEMA ADDED TO COP PRICE	PROVINCES			TOTAL LEVIES	
				ADDED TO COP PRICE	NOT ADDED TO COP PRICE	NOT ADDED TO COP PRICE		
								(DOLLARS)
								(CENTS PER DOZEN)
B.C.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.21	15.51	8,306,914	
ALTA	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	4,815,663	
SASK	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	2,376,308	
MAN.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	7,531,386	
ONT.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.50	15.80	25,061,052	
QUE	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	8,807,757	
N.B.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	1,162,552	
N.S.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	2,643,008	
P.E.I.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.17	15.47	442,747	
NFLD	6.65	4.65	2.00	2.00	1.00	16.30	1,378,555	

Source: Agriculture Canada

NOTE: Producer prices are based on a monthly update of the cost of production (COP) obtained from a survey of producers. Financing for the operations of national agencies and provincial commodity boards is obtained from levies which are added or subtracted from the COP updated price each month.

\* Producer not added to COP was weighted in order to indicate the increase in levy.

# CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

---

## SUPPLY MANAGEMENT

---

### How quotas are set

The CTMA sets a preliminary annual national production target - or quota - approximately six months before each calendar year. This preliminary total is shared among the provinces and gives producers time to schedule production for the early months of the upcoming year. The national total and provincial shares are then finalized by the Agency to ensure that total annual market demand is met. The amount of frozen product in storage, as of January 1, and its composition by bird-weight are considered when setting the final production target.

The Agency also considers the recommendations of its consultative and production committees when establishing its annual production targets. The consultative committee represents all sectors of the turkey industry, as well as government and consumers. The managers of three provincial turkey commodity boards comprise the production committee.

Provincial quota allocation is made according to the basic market shares set out in the turkey marketing plan. The market shares were based on production levels at the time the Agency was established (the base). Any increased production (overbase quota) must be allocated according to criteria listed in the marketing plan, such as comparative advantage of production.

Before a quota order may be implemented, it must be approved by the Council. The Agency must provide documented justification for quota levels and a rationale for the methodology used to arrive at provincial allocations. This is to satisfy the Council that target production levels are appropriate and provincial allocations conform to the criteria set out in the Federal-Provincial Agreement.

### 1989 quota allocations

At its meeting of May 2-3, 1989, the Council prior-approved the CTMA's final global quota and provincial allocations for 1989, amounting to 116.8 million kg.

The Council expressed some concern over the Agency's penalty system. The Council is of the view that a stringent monetary penalty system would better serve the purpose to deter provinces from overproducing their quota. The Agency's penalty system consists essentially in cutting the current year allocation of a province by the amount of the overproduction in the preceding year in addition to a monetary penalty of 22 cents per kg on the amount overproduced. The Agency's method has the drawback of shorting the market for the year under consideration.

### Overproduction penalties

Under the terms of a promotion agreement, signed every year by the provincial turkey marketing boards, provinces are subject to financial penalties (liquidated damages) at 22 cents per kg (eviscerated poultry) and production cutbacks equal to the amount of any overproduction of their allocation.

A new provision concerning the overproduction of multiplier-breeders was added to the promotion agreement in 1988. Under this provision, provinces are also subject to financial penalties of 33 cents per kg.

In the promotion agreement, the provincial allocations for 1989 were applied on classes of production and on a periodic basis in line with market demand (periodic penalty system). However, no enforcement system was agreed upon by the Agency directors.

In 1989, the amount overproduced was 423,688 kg. Ontario, British Columbia and Quebec overproduced 49.3%, 31.8% and 18.9% of the total respectively. In accordance with the terms in the promotion agreement, these provinces will have their allocations cut next year by the same amount,

in addition to a combined monetary penalty of \$76,371.

#### **1990 quota allocations**

The Council prior-approved, at its meeting of July 25-26, 1989, the preliminary quota of 118.4 million kg.

The Council, at the same meeting, also approved an amendment to the quota regulation with regard to the year-end quota change from December 31 to April 30. This change was necessary to enable producers to bring the production closer to market requirements.

In October 1989, further to the Agency request to the Council with respect to the delegation of quota authority, the Council sought Governor-in-Council approval. The quota delegation, approved by the Cabinet in February 1990, empowers the provincial commodity boards to perform on behalf of the Agency the function of allotting and administering quotas for the marketing of turkey in interprovincial and export trade.

The CTMA quota for 1990-1991 of 121.3 million kg excluding primary and multiplier-breeder allocations for the control period May 1, 1990 to April 30, 1991 was reviewed and prior-approved by the Council at its March 28, 1990 meeting. The increase in quota was necessary to satisfy market requirements.

#### **The multiplier-breeder growth policy**

The CTMA multiplier-breeder growth policy was developed in response to the problem facing multiplier-breeder operators across Canada, namely that increases in sales of turkey hatching eggs and poults in domestic and foreign markets were restricted by the quotas placed on marketing mature breeding turkeys. The new policy, which requires an amendment to the Federal-Provincial Agreement, allows provincial commodity boards to apply to the Agency for additional mature turkey quota on behalf of mature turkey producers. The additional quota would facilitate the sale of increased quantities of mature turkey which accompanies a rise in sales of hatching eggs and poults.

In July 1989, the Council approved in principle the Agency's proposed federal-provincial amendments with respect to the multiplier-breeder

allocations and agreed to circulate the amended agreement to the provincial signatories of the turkey plan for their approval.

#### **Levies**

The CTMA's administrative costs are covered by a levy collected on its behalf by the turkey marketing boards in each province. This levy is included in the Agency's cost-of-production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors. The levy must be approved by the Council.

At a meeting in October 1990, the Council approved the extension of the existing levy rate of 1.3 cents per kg. (liveweight) for 1990.

#### **Financial performance**

Income from levies in 1989 was \$1.89 million, including interest and overproduction contributions, an increase of 1.6% over the previous year. Total expenses were \$1.76 million, leaving a balance of \$179,000. Going into 1989, there was \$516,000 in the Agency's fund. By year-end, this had climbed to \$695,000.

In October 1989, the Council endorsed the Agency's 1990 budget of \$1.811 million in expenses, \$1.889 million in revenues, and a surplus of \$78,000. At 46%, advertising, promotion and market development will continue to represent the highest proportion of the budget.

#### *Ongoing concerns:*

- *Enforce the periodic penalty systems*
- *Amend the Federal-Provincial Agreement to incorporate the multiplier-breeder growth policy and the primary breeder policy*

TABLE 5  
TURKEY  
MARKET STATISTICS  
1988 - 1989

	BROILER			HEN			OVER 8 KG			TOTAL		
	1988	1989	CHANGE 1988-89	1988	1989	CHANGE 1988-89	1988	1989	CHANGE 1988-89	1988	1989	CHANGE 1988-89
	(000 kg)	(000 kg)	%	(000 kg)	(000 kg)	%	(000 kg)	(000 kg)	%	(000 kg)	(000 kg)	%
OPENING STOCKS	2,785	3,842	37.95	3,458	3,778	9.25	9,485 **	7,278 **	-23.27	15,728	14,898	-5.28
DOMESTIC PRODUCTION	34,598	36,598	5.78	29,904	33,534	12.14	48,092	43,995	-8.52	117,418	119,410	1.70
IMPORTS - LIVE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	831	1,275	53.43	831	1,275	53.43
- CARCASS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	40	165	312.50	40	165	312.50
- OTHERS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,117	2,266	102.86	1,117	2,266	102.86
AVAILABILITY	37,383	40,440	8.18	33,362	37,312	11.84	59,565 *	54,979 *	-7.70	135,134	138,014	2.13
EXPORTS - LIVE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
- CARCASS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	208	186	-10.58	208	186	-10.58
- OTHERS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4,570	5,892	28.93	4,570	5,892	28.93
TOTAL SUPPLY	37,383	40,440	8.18	33,362	37,312	11.84	54,787 *	48,901 *	-10.74	130,356	131,936	1.21
ENDING STOCKS	3,842	3,078	-19.89	3,778	2,635	-30.25	7,278	5,620	-22.78	14,898	11,333	-23.93
DISAPPEARANCE	33,541	37,362	11.39	29,584	34,677	17.22	47,509 *	43,281 *	-8.90	115,458	120,603	4.46

Source: Agriculture Canada

\* Includes turkey parts

\*\* Includes further processed turkey

**TABLE 6**  
**TURKEY**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1986 - 1989**

PROVINCE	1986		1987		1988		1989		NUMBER OF PRODUCERS
	QUOTA	MARKET SHARE	QUOTA	MARKET SHARE	QUOTA	MARKET SHARE	QUOTA	MARKET SHARE	
	(000 kg)	%	(000 kg)	%	(000 kg)	%	(000 kg)	%	
B.C.	10,089	9.798	11,203	9.963	11,919	10.279	11,938	10.219	59
ALTA.	8,895	8.639	9,699	8.626	9,983	8.609	10,055	8.607	77
SASK.	4,068	3.951	4,312	3.835	4,472	3.857	4,473	3.829	28
MAN.	8,010	7.779	8,512	7.570	8,562	7.384	8,544	7.314	78
ONT.	43,691	42.432	47,343	42.104	48,732	42.027	49,511	42.381	163
QUE.	24,715	24.003	26,723	23.766	26,856	23.161	26,871	23.001	149
N.B.	1,381	1.341	1,707	1.518	2,266	1.954	2,266	1.940	17
N.S.	2,118	2.057	2,943	2.617	3,165	2.730	3,165	2.709	19
CANADA TOTAL	102,967	100.000	112,442	100.000	115,955	100.000	116,823	100.000	590

Source: CTMA quota regulations

Note: Values were converted from imperial units and then rounded to the nearest thousand. All figures refer to eviscerated weight.

TABLE 7  
TURKEY  
LEVIES  
1987 - 1989

PROVINCE	1987				1988				1989			
	NAT - IONAL	PRO- VINCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE	NAT - IONAL	PRO- VINCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE	NAT - IONAL	PRO- VINCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE
	(CENTS PER kg)				(CENTS PER kg)				(CENTS PER kg)			
				(\$)				(\$)				(\$)
B.C.	1.20	1.60	2.80	382,541	1.30	1.50	2.80	415,913	1.30	1.50	2.80	408,001
ALTA	1.20	0.83	2.03	240,100	1.30	0.83	2.13	253,131	1.30	1.00	2.30	266,991
SASK	1.20	1.43	2.63	138,300	1.30	1.10	2.40	125,999	1.30	1.10	2.40	129,586
MAN	1.20	1.80	3.00	311,415	1.30	1.80	3.10	335,680	1.30	1.80	3.10	337,304
ONT	1.20	1.10	2.30	1,327,913	1.30	1.10	2.40	1,480,701	1.30	1.10	2.40	1,524,147
QUE	1.20	0.80	2.00	651,780	1.30	1.70	3.00	976,130	1.30	1.70	3.00	1,000,701
N.B.	1.20	1.68	2.88	59,953	1.30	1.68	2.98	71,290	1.30	1.60	2.90	72,155
N.S.	1.20	1.30	2.50	89,726	1.30	1.45	2.75	103,092	1.30	1.45	2.75	104,758
CANADA TOTAL				3,201,728				3,761,936				3,843,643

Source: CTMA, Agriculture Canada

Note: Total (revenues) were obtained by converting provincial production (avis. wt.) to liveweight using a factor of 1.2195 and then multiplying by total levy in cents/kg.

# CANADIAN CHICKEN MARKETING AGENCY

---

## Highlights of 1989-1990

---

### **Overproduction situation: Eliminate poundage cutbacks**

In an effort to eliminate the disruptive impact of poundage cutbacks, the Agency requested the Council to convene a signatories meeting for the purpose of amending the Federal-Provincial Agreement to eliminate the cutback requirement and only assess monetary penalties. A meeting was held in March, but the required unanimous approval of the signatories was not received.

Subsequently, the Council and the Agency met with those signatories who expressed concerns over the elimination of the cutbacks. An agreement was reached to circulate a proposed amendment waiving for a two-year period the application of poundage penalties. In the interim, the effectiveness of the new Monetary Penalty System will be assessed.

### **Alberta seeks admission to the national plan**

In 1989, the province of Alberta made a formal application to become a signatory to the Federal-Provincial Agreement for chicken. Under the terms of the agreement, unanimous consent of all signatories must be given in order to make any changes to the marketing plan. Once agreement has been received from all signatories, the Council will ask the Federal Minister of Agriculture to recommend that the Proclamation of the Canadian Chicken Marketing Agency be amended.

By the end of March, signatures from two provinces were still pending.

### **Northwest Territories request to join the Agency**

The NWT have for some time expressed interest in becoming a member of the National Chicken Plan. As a result of receiving the Agency's support for membership and commitment to allocate approximately 1 million kg, the NWT requested the

Council to convene a signatory meeting for the purpose of having its proposal for admission considered by all signatories.

In the latter part of March, the Council held a signatory meeting, at which time the NWT presented a discussion paper on its proposal.

For some of the signatories, a number of concerns respecting the NWT's proposal were not resolved and required further clarification. The NWT are currently in the process of addressing these concerns.

### **Periodic penalty system**

The Council, provincial governments, and other segments of the poultry industry have for a number of years, expressed concern to the Agency regarding the ineffectiveness of its penalty system.

In recognition of the need for a penalty structure that would be more effective than an annual system, the Agency has implemented for the 1990 production year a periodic penalty system.

The new system would provide greater production control; however in Council's view, a more effective system would also control underproduction. If no incentive exists for provinces that knowingly underproduce their allocation, these provinces are not encouraged to surrender unutilized quota and predetermined national production levels cannot be achieved.

## Supply Management

---

### **How Quotas are set**

CCMA sets a preliminary national production target - or quota - and allocates this target production among the provinces in the Fall of each year. Adjustments are made to the total according to changing market conditions during the year (over six periods, starting in 1990). The quota level is agreed upon by the Agency after considering recommendations from its Supply Management

Committee. This committee comprises representatives from all sectors of the chicken industry, as well as consumers and provincial governments.

The Agency's quota order must be approved by the Council. When considering approval, the Council requires the Agency to justify its allocation, particularly when there is a departure from the production level recommended by its Supply Management Committee. It also requires the Agency to submit a clear and justifiable procedure for arriving at the provincial shares of quota.

When allocating shares of the total quota to the provinces, the Agency first considers the basic provincial market shares set out in the chicken marketing plan. These represent production levels of each province at the time the Agency was established (the base). Any increased production (overbase quota) must be allocated according to criteria listed in the marketing plan, such as comparative advantage of production.

#### 1989 quota allocation

The Agency's preliminary 1989 global quota allocations were approved by the Council in November 1988.

In March 1989, the Agency adopted the Supply Management Committee's (SMC) recommendation of 100.5 million kg for the fourth period. The Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC) however appealed the Agency's decision, claiming that the production level was determined without reference to demand estimates. Before the hearing date, the Agency and FPPAC were able to reach an agreement on some of the issues that were critical to the FPPAC. These included the necessity to take into account demand estimates when determining periodic requirements as well as an agreement from the Agency to review the membership and structure of the SMC.

The appeal was subsequently cancelled and the fourth-period allocation was later approved by the Council.

At the Agency's June meeting, B.C. made a special request to the Agency for an additional 5.7 million kg. The Agency however only agreed to increase B.C.'s allocation by 1,505,600 kg and 1,582,090 kg in the fourth and fifth periods respectively.

The revised fourth-period allocation of 102,005,600 kg was approved by the Council in July.

A notice of appeal was received by the Council from the New Brunswick Chicken Marketing Board with respect to the fifth-period allocation. The Board challenged the Agency's decision to approve Nova Scotia's special request for an additional 100,000 kg. It was New Brunswick's position that the additional quota would in effect cancel part of Nova Scotia's 1988 overproduction penalty of 200,856 kg. The Council agreed to hear the appeal; however, in the interim, the Agency amended its liquidated damages assessment (LDA) resolution, thereby permitting overproducing provinces to take their entire production cutback in 1990. As a result, Nova Scotia withdrew its quota request and New Brunswick cancelled its appeal.

The fifth-period allocation of 102,680,307 kg and a final 1989 global allocation of 518,385,908 kg were later approved by the Council.

#### Overproduction penalties

For member provinces and "non signatory" Alberta, there are poundage and monetary penalties incurred if a province exceeds its annual allocation. The penalty is equal to the number of kilograms overproduced, as well as a financial LDA of 25 cents per kg (evis.) when a province's production exceeds 101% of allocated quota.

#### PENALTIES FOR CHICKEN OVERPRODUCTION 1989

Province	Monetary (\$)	Production cutback (kg-evis.)
British Columbia	612,160	3,007,459
Saskatchewan	10,994	--
Quebec	29,907	1,993,523

SOURCE: CCMA

In July of 1989, the Agency amended its LDA resolution allowing provinces to either absorb 100% of their production cutback penalties in the year immediately following the overproduction; or

50% in the 4th and 5th periods of the year following the overproduction and 50% in periods 1, 2 and 3 of the next year; or 100% in the quota periods 1, 2 and 3 of the second year.

For the 1989 production year, the Agency assessed both monetary and poundage penalties against British Columbia, Saskatchewan and Quebec for overproducing their annual allocations.

#### **1990 quota allocation**

In October 1989, the Council approved the initial 1990 global allocation and the first-period allocation of 539 million kg and 89.6 million kg respectively.

The 1990 allocation process, contrary to previous years, saw the implementation of a number of changes to the allocation system. The changes, which originated by and large from the Criteria Technical Committee, were designed to reduce the rigidity of the allocation process in order to make the system more market responsive.

Beginning in 1990, these changes involve the allocation of quota six times per year versus five. As well, these changes divide the overbase quota into two components. Thus, the original base is combined with an overbase 1. Part of the allocation also includes an overbase 2, which is characterized by greater flexibility with respect to the criteria weighting; more current population, per capita consumption and cost-of-production data will be utilized to measure comparative advantage and changes in consumer demand.

The Committee's recommended second-period allocation of 92.0 million kg was adopted by the Agency and approved by the Council in December. However, at the Agency's January 1990 meeting, concern was expressed by some that the second-period allocation would be insufficient given the Agency's promotion campaign. As a result, the directors of the Agency increased the allocation by 1 million kg. The amended allocation of 93.0 million kg was subsequently approved by the Council in February.

At its February meeting, the Council also approved the third-period allocation of 89.0 million kg. The FPPAC had originally requested the Council not to approve the allocation because it was too

conservative, but later chose to apply for additional quota under the Agency's new Special Request Policy.

#### **Levies**

CCMA is empowered to impose levies on the regulated production of chicken in Canada to cover its administrative and marketing costs. It is the Council's responsibility to review and approve the levy rates (Table 11).

Levies are collected on behalf of the Agency by the chicken commodity board in each member province. They are included in the Agency's cost-of-production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors.

To offset a deficit in its 1989 revenues and to achieve a sound financial position by the end of 1990, the Agency in October requested the Council's approval of a levy increase from .4300 cent per kg (liveweight) to .5000 cent per kg (liveweight), effective January 1, 1990.

The principal causes for the 1989 deficit were B.C.'s refusal to pay its 1989 levies, Alberta's decision not to renew its contract with the Agency (before it sought membership), and reduced Agency revenues due to a final global production that was lower than initially forecasted.

For 1990, the Agency adopted a proactive approach to its budgeting, by addressing a number of concerns previously brought to its attention by the Council.

Of particular significance, is its intention to build a general reserve to attain the equivalent of six months of operating expenses. This should assist the Agency in not relying on revenues obtained from penalty assessments. The Agency also established a fund which allows it to set aside monies for anticipated expenditures, such as the cost-of-production update study. Other areas of improvements involve the co-ordination of national promotional campaign expenditures with the budget and budgeting 2 years in advance in order to better assess its future financial requirements.

#### **Financial performance**

CCMA entered 1989 with a balance of \$761,874. Revenues totalling \$2.6 million were collected in

1989, almost entirely from levies. With total expenses of \$2.7 million, the Agency's expenses over revenue were \$72,801.

The Agency also collected \$227,822 in overproduction penalties, resulting in a year-end reserve of \$916,895.

The Agency's 1990 budget calls for expected revenues of \$3.3 million, 26% higher than 1989. Both higher chicken production and the increased levy rate to 0.50 cent per kg (liveweight) account for the rise in revenues.

The Agency also expects to increase its expenses in 1990 by approximately 8% over last year, to \$2.9 million. This increase will largely result from higher staff remuneration and travel expenses, greater involvement in GATT activities, and an intensive communication plan.

*Ongoing concerns:*

- ° *Eliminate poundage penalties*
- ° *Encourage Alberta and British Columbia to become full members of the Agency*
- ° *Address the structure and operation of its Supply Management Committee*

TABLE 8  
CHICKEN  
MARKET STATISTICS  
1988 - 1989

YEAR	1988					1989				
	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
QUARTER										
	(000 kg - EVIS.)									
OPENING STOCKS	19,933	17,653	14,017	9,593	19,933	10,852	8,076	7,425	8,060	10,852
DOMESTIC PRODUCTION	128,922	135,940	129,558	128,586	523,006	125,424	135,731	135,712	125,871	522,738
IMPORTS										
-LIVE (EVIS. WT)	1,907	1,735	1,502	1,523	6,667	1,223	1,990	1,570	1,784	6,567
-CARCASS AND PARTS	6,463	6,841	8,807	9,765	31,876	7,486	10,311	10,751	10,228	38,776
TOTAL SUPPLY	157,225	162,169	153,884	149,467	581,482	144,985	156,108	155,458	145,943	578,933
EXPORTS	26	117	259	405	807	258	149	121	118	646
ENDING STOCKS	17,653	14,017	9,593	10,852	10,852	8,076	7,425	8,060	9,238	9,238
DISAPPEARANCE	139,546	148,035	144,032	138,210	569,823	136,651	148,534	147,277	136,587	569,049

(000 kg - EVIS.)

Source: Agriculture Canada

**TABLE 9**  
**CHICKEN**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1986 - 1989**

PROVINCE	1986			1987			1988			1989		
	QUOTA	MARKET		QUOTA	MARKET		QUOTA	MARKET		QUOTA	MARKET	NUMBER OF
	(000 kg)	SHARE	%	(000 kg)	SHARE	%	(000 kg)	SHARE	%	(000 kg)	SHARE	PRODUCERS
B.C.	48,835	10.266	10.130	52,168	10.130	10.360	54,464	10.360	11.431	59,255	11.431	227
ALTA.	41,294	8.681	8.317	42,832	8.317	8.252	43,381	8.252	8.010	41,522	8.010	236
SASK.	13,356	2.808	2.818	14,513	2.818	2.789	14,662	2.789	2.738	14,195	2.738	73
MAN.	20,675	4.346	4.110	21,165	4.110	3.942	20,726	3.942	3.889	20,158	3.889	140
ONT.	165,018	34.690	35.363	182,118	35.363	35.235	185,236	35.235	35.097	181,940	35.097	786
QUE.	148,719	31.263	31.336	161,379	31.336	31.330	164,710	31.330	30.916	160,263	30.916	721
N.B.	13,354	2.807	2.809	14,464	2.809	2.791	14,672	2.791	2.753	14,270	2.753	39
N.S.	17,066	3.588	3.633	18,712	3.633	3.638	19,127	3.638	3.579	18,552	3.579	72
P.E.I.	950	0.200	0.155	798	0.155	0.260	1,367	0.260	0.253	1,313	0.253	13
NFLD.	6,432	1.352	1.331	6,853	1.331	1.402	7,373	1.402	1.335	6,918	1.335	20
CANADA TOTAL	475,699	100.00	100.00	515,002	100.00	100.00	525,719	100.00	100.00	518,386	100.00	2,327

Source: CCMA Quota regulations  
Note: All figures refer to eviscerated weight and are subject to approximation and/or rounding.

**TABLE 10**  
**CHICKEN**  
**CCMA QUOTA ALLOCATIONS**  
**1989 - 1990**

QUOTA PERIOD	REGULATED AREA	UNREGULATED AREA*	TOTAL	ACTUAL PRODUCTION	OVER (UNDER) PRODUCTION
(kg - EVIS.)					
1989 preliminary	500,625,000	43,875,000	544,500,000		
1st period	98,561,984	8,638,017	107,200,001	107,768,211	568,210
2nd period	94,884,298	8,315,702	103,200,000	101,723,040	(1,476,960)
3rd period	94,976,240	8,323,760	103,300,000	105,099,226	1,799,226
4th period	93,907,460	8,098,140	102,005,600	102,694,336	688,736
5th period	94,533,964	8,146,344	102,680,308	105,471,620	2,791,312
<b>1989 FINAL</b>	<b>476,863,946</b>	<b>41,521,963</b>	<b>518,385,909</b>	<b>522,756,433</b>	<b>4,370,524</b>
***1990 preliminary	494,645,000	44,355,000	539,000,000		
1st period	82,251,311	7,348,689	89,600,000	89,371,550	(228,450)
2nd period	85,365,660	7,634,340	93,000,000	95,283,000 **	2,283,000 **
3rd period	81,800,000	7,200,000	89,000,000	91,172,000 **	2,172,000 **

\* ALBERTA

Source: NFPMC

\*\* Preliminary

\*\*\* Figures are based on a total of six periods.

TABLE 11  
CHICKEN  
LEVIES  
1987 - 1989

PROVINCE	1987				1988				1989			
	NAT- IONAL	PROV- INCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE	NAT- IONAL	PROV- INCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE	NAT- IONAL	PROV- INCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE
			(CENT PER kg)	(\$)			(CENT PER kg)	(\$)			(CENT PER kg)	(\$)
B.C.	0.23	0.87	1.10	165,000	0.34	1.65	1.99	207,000	0.43	1.77	2.20	67,000 (1)
ALTA.	0.23	0.48	0.71	132,000	0.34	0.85	1.19	104,000	0.43	0.42	0.85	0 (2)
SASK.	0.23	0.79	1.02	40,000	0.34	1.08	1.42	66,000	0.43	1.07	1.50	80,000
MAN.	0.23	0.78	1.01	61,000	0.34	0.76	1.10	92,000	0.43	0.76	1.19	121,000
ONT.	0.23	0.55	0.78	572,000	0.34	0.55	0.89	820,000	0.43	0.70	1.13	1,061,000
QUE.	0.23	0.60	0.83	448,000	0.34	0.54	0.88	798,000	0.43	0.67	1.10	942,000
N.B.	0.23	0.99	1.22	42,000	0.34	0.99	1.33	65,000	0.43	1.19	1.62	84,000
N.S.	0.23	0.92	1.15	58,000	0.34	0.91	1.25	89,000	0.43	0.82	1.25	107,000
P.E.I.	0.23	0.22	0.45	2,000	0.34	0.22	0.56	4,000	0.43	0.50	0.93	8,000
NFLD.	0.23	1.79	2.02	20,000	0.34	2.50	2.84	32,000	0.43	2.07	2.50	40,000
TOTAL				1,540,000				2,277,000				2,511,000

SOURCE: CCMA

NOTE: Levies are subject to approximation and/or rounding.

(1) 1988 levies that were paid in 1989. For the period January to December 1989 levies were due from the BC Board to the Agency in the amount of \$364,365.

(2) No amount has been collected at December 31, 1989.

Alberta is not a member of the Agency and had no contractual arrangement with the Agency for 1989 and therefore no levies were paid.

# CANADIAN BROILER HATCHING EGG MARKETING AGENCY

## Highlights of 1989-90

### Import controls for hatching eggs and chicks

In 1988, the Agency had requested again that broiler hatching eggs and chicks be placed on the Import Control List (ICL). Article XI of the GATT requires that a country wanting import controls must first demonstrate that it has governmental measures in place to regulate domestic production. As a result, the Minister of International Trade and the Minister of Agriculture decided that the Agency's Proclamation and marketing plan had to be amended to give it the power to also control the movement of chicks from the unregulated into the regulated provinces. Prior to the amendment, controls existed over the movement of hatching eggs only and not over chicks.

The proposed amendments were subsequently republished in the Canada Gazette of March 29, 1989. On May 5, 1989, it was announced by International Trade Minister John C. Crosbie and Agriculture Minister Don Mazankowski that broiler hatching eggs and chicks will be placed on Canada's Import Control List effective **Monday, May 8, 1989**.

One annual global quota was established to control both broiler hatching eggs and chicks, and calculated on the basis of 19.07% of the previous year's domestic production of broiler hatching eggs set for incubation.

### Revised Orderly Marketing Regulations

On October 26, 1989, the Council approved amendments to the Agency's Orderly Marketing Regulations stipulating that any marketer of broiler hatching eggs and chicks from the unregulated area to the regulated area must have an orderly marketing quota. The quota is based on a qualifying period and covers both hatching eggs and chicks, on a hatching egg equivalent.

The amended regulations came into effect on November 1, 1989.

## Supply Management

### How quotas are set

For member provinces, the Agency establishes in the Fall of each year, a quota representing approximately 90% of domestic marketings. This quota sets the maximum marketings of broiler hatching eggs in the interprovincial, intraprovincial and export trade for the signatory provinces.

The Agency presently sets quota according to a formula set out in the Federal-Provincial Agreement. The formula is the sum of: 1) the average annual production during the 1981-1985 base; 2) the difference between the base and the previous year's quota, as adjusted for any penalty; and 3) an adjustment to the allocations to match the change in the Canadian Chicken Marketing Agency's (CCMA) quota allocation to each province. The CBHEMA's 1981-1985 base allocation represents the five-year average of the number of hatching eggs produced and marketed (adjusted for interprovincial movements, exports and imports) prior to the effective date of the marketing plan.

### Quota allocation methodology problems

This formula however requires amending, given that future market requirements for broiler hatching eggs are tied to the initial provincial allocations of the CCMA and do not take into account egg and chick imports.

This direct bond with the CCMA's quota allocations has forced the hatching egg producers at times into an overproduction situation. It is recognized that the CCMA's final annual allocation, the sum of five periods, has differed substantially at times from its initial allocation. Furthermore, it should be taken into account that CCMA sets its production

requirements some three months in advance of the quota period, while CBHEMA sets its quota on an annual basis with pullets being placed on farms up to 27 months in advance of chicken slaughter. Therefore, any quota adjustments by the CCMA cannot be responded to by the CBHEMA.

As a result, in 1989, the Agency commenced the process of revising the Federal-Provincial Agreement by amending the calculation method for quotas. The revised Schedule B would allow the Agency to determine quota requirements independently of the CCMA's allocations and would take into account both egg and chick imports, based on 19.07% of the previous year's production. Under the old Schedule, it is assumed that the imports would remain consistent with that of the base period.

### **Proposed methodology**

Under the new methodology the provincial allocations would be determined by aggregating the following three factors:

(1) **The base number** of broiler hatching eggs set out in the Plan for a province (this calculation remains unchanged);

(2) **The provincial equalization** which reflects the difference between the previous year's provincial allocations of broiler hatching eggs and the base for the same province (this calculation remains unchanged);

(3) **The provincial market adjustment** which reflects the difference between the number of broiler hatching eggs calculated in 1 and 2 and the number of broiler hatching eggs required to meet chicken demand estimates for the next year.

Contrary to the old Schedule B, this latter adjustment would permit the Agency to determine chicken demand, based on recommendations from its own advisory committee and not CCMA's initial allocation. After determining the total provincial hatching egg requirements, the Agency would deduct the imports of both broiler hatching eggs and chicks (on an egg equivalent basis).

A separate quota calculation will be made for each province regardless of whether or not the province is participating in the Agency. The quota allocations for non-signatory provinces will be

used to calculate the growth in the orderly marketing quota allocation.

### **1989 and 1990 quota allocations**

The Agency's preliminary 1989 quota allocation was approved by the Council in November 1988 and the revised final in October 1989 (Table 14).

The 1990 preliminary quota allocation was approved by the Council in November 1989 (Table 14). The changes in the Agency's allocations reflect changes in the quota allocations of the Canadian Chicken Marketing Agency.

### **Overproduction penalties**

The CBHEMA's overproduction penalties are broken into two parts: one is the interprovincial and export portion, and the other is the intraprovincial part.

The penalties on the interprovincial and export trade are set by the Agency's levies order. These regulations impose on a producer a 5-cent penalty per broiler hatching egg produced in a signatory province and marketed in excess of quota in interprovincial and export trade. For a non-signatory province, there is a penalty imposed, not only on the producer, but also on the dealer or hatchery operator, of 5 cents per hatching egg produced in that province in excess of the orderly marketing quota for that non-signatory province.

For intraprovincial sales in signatory provinces, the penalties for overproduction are governed by a liquidated damages assessment resolution. This resolution sets a penalty of 17.5 cents per broiler hatching egg marketed in excess of 101% of a province's allocation.

### **Levies**

The purpose of the Agency's levy is to cover its administrative costs. The levy, which must be approved by the Council, is collected on the Agency's behalf by the broiler hatching egg commodity boards in each member province.

As a result of British Columbia becoming a member of the Agency, the Council approved amendments to the Agency's 1989 Levies Order in May 1989. These amendments include naming British Columbia as a member province; imposing

a levy rate on the province's producers; and revising the levy rate on the producers, dealers or hatchery operators in non-signatory provinces for broiler hatching eggs marketed in interprovincial trade into a signatory province.

In November 1989 the Council approved the Agency's 1990 levy. The rate remained unchanged from the 1989 level of .1528 cent per broiler hatching egg marketed in interprovincial and export trade.

#### 1989 LEVIES

(cents per broiler hatching egg marketed)

	National	Provincial	Total
Quebec	0.1528	0.2205	0.3733
Ontario	0.1528	0.3648	0.5176
Manitoba	0.1528	0.4000	0.5528
Alberta	0.1528	0.1672	0.3200
British Columbia	0.1528	0.2500	0.4028

The Agency estimates that its 1990 expenses will be \$505,095, a decrease of 6% in comparison to the actual 1989 expenses of \$538,009. The decrease in expenditures is primarily from lower directors' fees and expenses.

The Agency continues to make progress at reducing its debt. The December 31, 1989 debt of \$313,703 is expected to decrease to \$225,000 on December 31, 1990. The Agency projects full retirement of its debt in the first half of 1992.

#### *Ongoing Concerns:*

- ° *Implementation of Schedule B*
- ° *Continue reduction of the Agency's debt*

#### **Financial performance**

In 1989, the Agency reported net revenues of \$599,714, total expenses of \$538,009, and excess of revenue over expenses of \$61,705. The Agency's budgeted revenues of \$541,000 were exceeded by approximately 11% due to British Columbia's admission to the Agency. In November 1989, the Council endorsed the Agency's proposed 1990 budget. The expected revenues of \$613,000, represent a 2% increase over those in 1989.

TABLE 12  
BROILER HATCHING EGGS  
MARKET STATISTICS  
1985 - 1989

	1985	1986	1987	1988	1989
(000'S OF HATCHING EGGS)					
Domestic Production	363,287	385,348	426,112	433,884	437,220
Imports	63,155	67,437	81,846	75,920	72,858
Total Supply	426,442	452,785	507,958	509,804	510,078
Exports	1,807	1,315	2,390	2,675	2,831
Disappearance (1)	424,635	451,470	505,568	507,129	507,247

Source: Agriculture Canada HATCHERY REVIEW

(1) Disappearance equals net eggs set

TABLE 13  
BROILER HATCHING EGGS  
NET PROVINCIAL PRODUCTION (1)  
1985 - 1989

	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%	1989 NUMBER OF PRODUCERS
	(000'S OF HATCHING EGGS)										
B.C.	41,455	11.4	45,302	11.8	50,310	11.8	51,786	11.9	55,165	12.6	45
ALTA	44,268	12.2	46,097	12.0	50,545	11.9	49,649	11.4	48,157	11.0	57
SASK.	10,910	3.0	11,672	3.0	13,588	3.2	12,085	2.8	11,854	2.7	14
MAN.	15,610	4.3	15,470	4.0	17,934	4.2	21,105	4.9	19,126	4.4	36
ONT.	116,033	31.9	122,679	31.8	141,222	33.1	144,235	33.2	142,295	32.5	88
QUE.	105,655	29.1	114,149	29.6	121,825	28.6	122,784	28.3	127,349	29.1	51
ATL. PROV. (2)	29,356	8.1	29,978	7.9	30,688	7.2	32,240	7.4	33,274	7.6	N/A
CANADA	353,322	100.0	385,347	100.0	426,112	100.0	433,884	100.0	437,220	100.0	291 (3)

Source: Agriculture Canada HATCHERY REVIEW

(1) Equals net eggs set less imports and interprovincial "in" plus exports and interprovincial movement "out".

(2) Breakdown by Atlantic Province not available for reasons of confidentiality.

(3) Does not include the number of producers in the Atlantic Provinces.

**TABLE 14**  
**BROILER HATCHING EGGS**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1989 - 1990**

	1989				1990	
	Initial		Final		Initial	
	Domestic	Export	Domestic	Export	Domestic	Export
	(MILLIONS)					
QUE	132.8	0.00	124.3	0.12	131.4	0.12
ONT.	147.9	1.00	138.1	4.00	145.5	4.00
MAN.	18.3	0.00 *	16.9	0.00 *	18.0	0.00 *
ALTA	49.1	0.00	46.3	0.00	49.1	0.00
B.C.	53.6	0.00	55.2	0.00	60.9	0.00

Source: Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency Quota Regulations

\* Less than 0.01%

TABLE 15

## AGENCY BUDGETS

1989 - 1990

	C . E . M . A .			C . T . M . A .			C . C . M . A .			C . B . H . E . M . A .		
	1989			1989			1989			1989		
	(\$ 000)	(%)	1990 (\$ 000)	(\$ 000)	(%)	1990 (\$ 000)	(\$ 000)	(%)	1990 (\$ 000)	(\$ 000)	(%)	1990 (\$ 000)
REVENUES												
LEVIES	8321	95.2	8156	1889	99.2	1870	2511	97.3	3160	599	99.8	613
INTEREST	421	4.8	260	15	0.8	-	70	2.7	-	1	0.2	-
MISCELLANEOUS	-	-	-	-	-	-	-	-	89	-	-	-
TOTAL REVENUES	8742	100.0	8416	1904	100.0	1870	2581	100.0	3249	600	100.0	613
EXPENSES												
SALARIES, MEETINGS, DIRECTORS' FEE	2739	38.0	3202	603	34.3	663	1340	50.5	1411	307	57.1	319
ADVERTISING & PROMOTION	3285	45.6	3865	593	33.7	640	626	23.6	663	1	0.2	8
OFFICE	582	8.1	595	61	3.5	80	153	5.8	233	47	8.7	41
RENT	199	2.8	279	51	2.9	52	104	3.9	119	23	4.3	25
DEPRECIATION	100	1.4	146	44	2.5	27	34	1.3	46	3	0.6	2
PROFESSIONAL & CONSULTING	335	4.6	519	261	14.8	279	205	7.7	200	129	24.0	82
RESEARCH	179	2.5	261	106	6.0	138	-	-	-	-	-	-
MISCELLANEOUS	-213	-3.0	-	41	2.3	67	192	7.2	209	28	5.2	28
TOTAL EXPENSES	7206	100.0	8867	1760	100.0	1946	2654	100.0	2881	538	100.0	505
												100.0

Source: C.E.M.A., C.T.M.A., C.C.M.A., C.B.H.E.M.A.

Note: 1989 data reflects actual figures, while 1990 are budget forecasts

# COST OF PRODUCTION AND PRICING

---

A survey of major cost factors in the production of poultry and table eggs is carried out on behalf of each agency and is based on a representative sample of producer farms. The surveys are used to obtain an average cost of production (COP), either nationally or provincially. The results are used by the CEMA as the basis for establishing the farmgate price for grade A large eggs. They are also used by the CTMA and CCMA as pricing references for the provincial farmgate prices of turkey and chicken and for comparative advantage purposes within the overbase quota allocation methodology.

Under the terms of the Farm Products Marketing Agencies Act and the federal-provincial agreements, the Council has the authority and the responsibility to approve the methodology and results of cost-of-production surveys for the regulated commodities. It also approves the use of cost-of-production information in pricing formulas and comparative advantage calculations.

The major cost factors include: pullets (laying hens) for table eggs; chicks and poults for chicken and turkey; feed, which is the most significant factor; labour, including the labour of the farmer and the farmer's family; overhead; depreciation; and return on producer investment in the enterprise.

The basic information on the major cost factors is updated by the agencies every two or three years through a national survey to take into account increased productivity efficiencies. These efficiencies could include improvements to the laying rate of hens for eggs production, and the feed conversion ratio for laying hens, broilers and turkey. The feed conversion ratio is the amount of feed required to produce a dozen eggs or a kilogram of poultry meat.

The COP formulas are updated each month by the Agencies using public sources of information to index cost increases and decreases for such factors as pullets, chicks or poults, labour, feed, interest rates or assets.

In 1981, the Council published guidelines to assist the agencies in developing and carrying out

cost-of-production surveys and in updating their formulas. These guidelines, which were revised in 1989, set uniformly high standards for conducting national surveys by consulting firms acting on behalf of the agencies. They also ensure the system treats producers and consumers fairly, as well as establishing more predictable cost factors and pricing procedures.

A Council representative sits as an observer on the COP committee of each agency when surveys are being designed and carried out, and the results are being prepared for implementation.

## Canadian Turkey Marketing Agency

---

In 1988, a panel of eight turkey producers was formed to develop a model farm that has an annual volume of production which may be realistically achieved by one full-time operator.

A third party was hired through a public tender to determine the fixed costs in turkey production and conduct a survey of feed, poult and other variable costs.

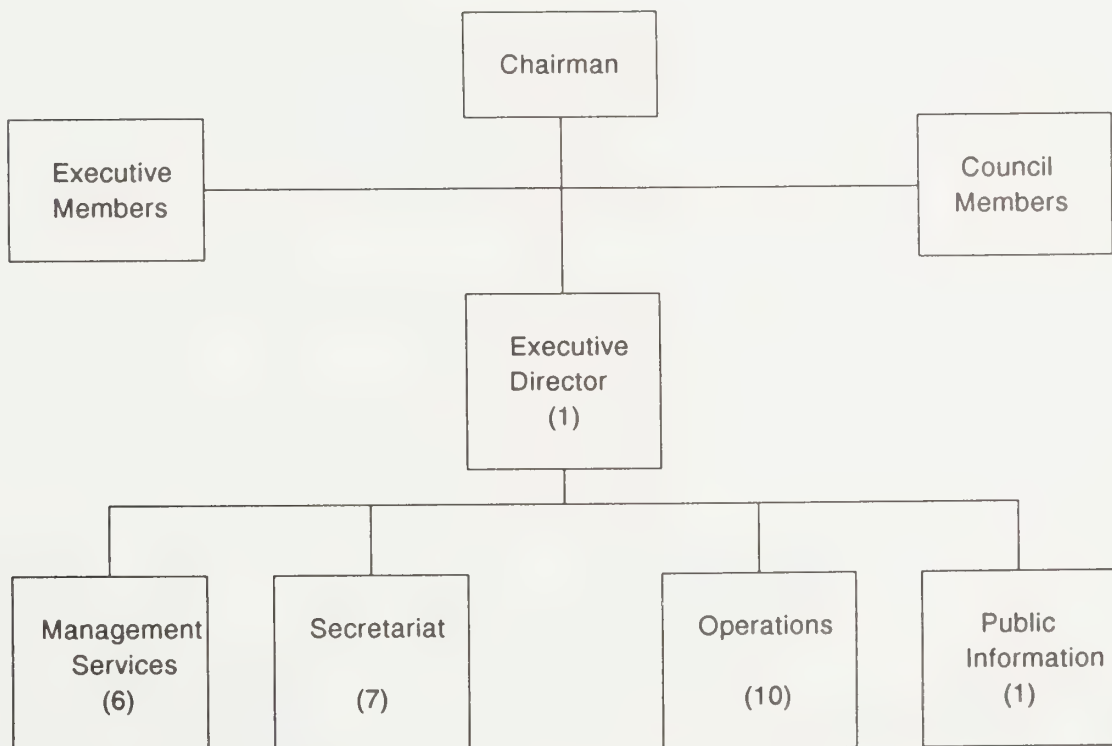
Field interviews were conducted in January 1989. The final report incorporating the fixed costs and survey results was approved by the Council at its May 2 and 3, 1989 meeting.

## ADMINISTRATIVE REVIEW

The National Farm Products Marketing Council was allotted an overall budget of \$2,063,200.00 and 25 person-years to meet its objectives during 1989-1990. From this budget, approximately \$33,250.00 were spent in the conduct of a national marketing seminar bringing together representatives from all sectors of the poultry and egg industries in order to further the awareness of industry participants of market realities and opportunities for marketing that can exist within Canada, the United States and internationally.

On November 2, 1989, Treasury Board signed a Letter of Understanding (L.O.U.) on Official Languages with the Council. This L.O.U. establishes the authorities and accountabilities for the management of the official languages program within Council and sets the objectives for the next three years.

### NFPMC STRUCTURE AND PERSON-YEAR (py) ALLOCATION



NATIONAL FARM PRODUCTS MARKETING COUNCIL  
FINANCIAL REPORT  
FOR FISCAL YEAR ENDING MARCH 31, 1990  
(\$000)

	1989-1990		1988-1989	
	BUDGET	EXPENDITURES	BUDGET	EXPENDITURES
PAY	1,403.2	1,341.6	1,270.2	1,177.3
TRANSPORTATION & COMMUNICATION	182.0	174.2	169.0	163.4
INFORMATION & PUBLICATIONS	8.0	23.8	16.0	15.6
PROFESSIONAL & SPECIAL SERVICES	176.5	174.3	113.7	109.8
RENTALS	17.0	15.4	18.0	14.2
REPAIRS	11.5	9.3	14.0	12.0
MATERIALS & SUPPLIES	40.0	34.7	42.0	41.7
CAPITAL (FURNITURE & EQUIPMENT)	25.0	24.0	11.0	11.0
GRANTS	200.0	0.0	200.0	0.0
	<hr/> 2,063.2	<hr/> 1,797.3	<hr/> 1,853.9	<hr/> 1,545.0

# GLOSSARY

**Breakers** The segment of the egg industry that makes processed egg products.

**Breeder turkey** A female turkey that has produced an egg, or a male turkey that has produced semen.

**Broiler hatching eggs** Eggs laid for the production of chicken. The eggs are incubated and sold as day-old chicks to chicken farmers who raise them for slaughter.

**Cost-of-production (COP) formula** Under the national supply management programs, a cost-of-production formula is used to arrive at a farmgate price or producer price. The farmgate price allows producers to recover their input costs (such as feed, pullets, energy, overheads, depreciation, labour, etc.) at a level that, over a period of time, will return to the producers their cost of production plus a reasonable return. The costs are established by a national survey at the producer level, undertaken by consultants at the direction of a national agency. Generally, these surveys are updated every two years. The Canadian Egg Marketing Agency uses a formula to set producer prices for Grade A large eggs, while producer prices for turkey and chicken are set by the provincial marketing boards using provincial cost data obtained as above. The procedures for collecting, analysing and updating costs are closely monitored by the NFPMC.

**Disappearance** The apparent domestic consumption of a product, taking into account imports and exports.

**Dressed poultry** Blood and feathers removed.

**Eviscerated poultry** The respiratory, digestive reproductive and urinary systems, the head, the legs at the hock joints and the oil sac have been removed from a dressed bird.

**Feed conversion ratio** The amount of feed required per kilogram to produce one dozen eggs or one kilogram of poultry meat.

**Federal-Provincial Agreement** National marketing programs function under both federal

powers, covering interprovincial and export trade, and provincial powers, covering production and marketing within a province. A federal-provincial agreement is signed by the federal Minister of Agriculture and the ministers of agriculture in each province participating in the program. The agreement interlinks or dovetails provincial powers with each other and with the federal powers. (Other signatories are the supervisory board and marketing board for the regulated product in each participating province.) A federal-provincial agreement is negotiated by potential signatories prior to the proclamation of an agency. It has been customary to attach the draft of the proclamation and the marketing plan and sometimes the initial proposal for the agency, as reference documents.

**Grades and grading** Eggs, chicken and turkey are graded according to federal government regulations and standards. Egg grading is done by registered grading stations or by producer graders. (A producer grader is an egg producer who has his own grading and sizing equipment. Such a facility does not handle eggs for any other producer.) Grade A eggs (extra large, large, medium, small and peewee) are sold for table consumption. Other grades, B and C, are usually sold to the egg processing industry for the manufacture of a range of egg products, including liquid, frozen, and powdered eggs.

Turkey is produced and sold in three eviscerated weight ranges: broilers (less than 5.4 kilograms), hens (5.4 to less than 9 kilograms) and toms (9 kilograms and over).

Chicken is produced and sold in two eviscerated weight ranges: broilers (less than 2 kilograms) and roasters (more than 2 kilograms).

## Imports

**Basic Import Quota (Global):** Under the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), import restrictions may be imposed if a national supply management scheme is operating for a given commodity. The level of imports is negotiated between governments with reference to the historical volume of imports by importers of

record. Import quotas are administered by the Department of External Affairs.

**Supplementary Imports** may be permitted if shortages occur and the national agency concerned cannot locate the product, or category of product, in Canada within 72 hours.

**Layer** A layer is a hen of the species *Gallus Domesticus* that has reached 20 weeks of age and is producing eggs for human consumption.

**Lay period** The period of time a laying flock is kept in production, which starts at approximately 20 weeks of age and continues for about a year.

**Levies** Monies collected from producers at rates determined by an agency and provincial commodity boards to fund the administration and marketing programs of the agency and provincial boards. The levies are collected under the authority of federal and provincial orders or regulations subject to the approval or authorization of the NFPMC and provincial supervisory bodies. Two additional levies are collected on eggs.

**Cost-of-production equalization (COPE) levy**, also known as consumer levy: collected from egg producers to fund the diversion of eggs to the processing industry for eventual consumption within Canada. The eggs diverted are surplus to the weekly fresh shell egg table market.

**Producer levy**: collected from egg producers to fund the purchase by the CEMA of eggs surplus to Canadian domestic needs (i.e. fresh plus processing) for resale on export markets.

Producer levy charges are not passed on to consumers through a COP add-on, but are a direct reduction in the price received by producers.

**Marketing agency** A marketing agency can be a national or regional body, established by proclamation under the Farm Products Marketing Agencies Act to administer a marketing plan for a regulated commodity. Except for an initial start-up grant of \$100,000 from the federal government, an agency is funded through the collection of levies on the product marketed. An agency is operated by a board of directors usually composed of one producer representative from each province participating in the marketing program. Not all provinces participate in the existing national

marketing programs: the egg marketing program has all 10 provinces, the turkey marketing program has eight; the chicken marketing program has nine; and the broiler hatching egg program has five. In addition, there are two federal appointees to the boards of the CEMA (one of whom is chairman) and the CCMA.

**Marketing board** A marketing board is a provincial body set up under provincial legislation to co-ordinate or regulate the marketing of a farm product within a province. They were introduced to stabilize prices, supplies and producer income in the primary sector, and to strengthen producers' bargaining power in the face of increasing concentration in other sectors of the food industry. There are more than 100 boards in Canada, with differing powers, performing a variety of functions, such as negotiating prices with processors, promotion, pooling producer returns, market research, and a few which regulate production through quota systems.

**Marketing plan** A marketing plan specifies the functions and acts that an agency is authorized to perform in implementing a marketing program. A marketing plan relates to the promotion, regulation and control of the marketing of a regulated product in interprovincial and export trade that may include any or all of the following: the determination of the persons to be regulated; the acts which constitute the marketing of the regulated product; the determination and fixing of the quantities of the regulated product authorized to be marketed and the price at which it may be marketed, and other conditions over marketing; the pooling of receipts (levies); licensing; and the imposition and collection of levies or charges. A marketing plan is set in place as part of the proclamation of an agency.

**Mature turkey** Any female turkey which has laid eggs or any male turkey which has produced semen, both male and female being no less than 28 weeks of age at time of slaughter.

**Multiplier breeder turkey** The final genetically engineered product of the primary breeding company, used to produce the eggs for commercial turkey meat growers.

**Overbase I** Is the difference in kilograms between the CCMA's base quota as agreed on in the Federal-Provincial Agreement and the final 1988 allocation as published in the Canada Gazette.

**Overbase II** Is the growth in the chicken market (kilograms) taken from the combined total of the base and the overbase I to the initial global allocation of the year under consideration.

**Poult** Day-old turkey.

**Primary breeder turkey** Represents the various gene pool lines required in combination to produce a multiplier breeder turkey.

**Processed product** Eggs are processed into liquid, frozen or powdered form as whole egg, yolk or albumen, with or without sugar or salt and are then used in

1) food industries for products such as baked goods, cake mixes, salad dressing, ice cream and noodle products;

2) medical uses, such as pharmacology and bacteriology; and

3) manufacturing industries for products such as leather, dyes, synthetics, hair shampoo and animal food, that can be sold on export markets.

A poultry processor operates a station where poultry (chicken and turkey) is killed, dressed, eviscerated, graded, packed and marked.

With respect to eviscerated poultry, further processing is cutting up into parts, canning (fresh, frozen or dried) or manufacturing into various food products such as legs, wings, breasts, backs, etc., or manufacturing rolls, weiners, sandwich spreads, meat loaf, etc., or cubing or dicing poultry meat.

**Pullet** Young bird, up to 20 weeks of age, sexually mature and ready to start egg production.

**Quota system** Under a national marketing plan, a marketing agency arrives at a national quota figure for the year based on estimates of market need put forward by member marketing boards. Following approval by the NFPMC, this national quota is divided between the member provincial marketing boards according to criteria agreed to in the marketing plan (e.g., size and growth of market, historical market share, comparative advantage of production, etc.) for allocation to producers in their provinces. Under a provincial quota system, a marketing board assigns each member producer a particular maximum quantity or share in the

market for the product the member produces. Initial allocation is usually based on historical evidence of production, although subsequent quota transfers and the policies governing them, vary from province to province.

**Rate of lay** The number of dozens of eggs produced per layer during the lay period (usually 52 weeks of production).

**Signatories** Signatories to a federal-provincial agreement on marketing for a regulated product include the federal Minister of Agriculture, the NFPMC, and the minister of agriculture, supervisory board and corresponding marketing board of each participating province.

**Supply management** The regulation and control of production and marketing of a product through a quota system.

**Surplus removal program for eggs** A primary objective of the national egg marketing plan is to satisfy the needs of the table egg market at all times. Since production levels remain fairly constant throughout the year, while demand varies for table eggs, peaking at Christmas and Easter, there is always a certain amount of eggs surplus to table market requirements. The Canadian Egg Marketing Agency operates a program to remove these surpluses on a week- by-week basis. These eggs are sold to Canadian egg processors for domestic consumption and on export markets.

# The National Farm Products Marketing Council in 1989-1990

---

## Council Members

Ralph Barrie	Chairman
Lise Bergeron	Vice Chairperson
Glenn Flaten	Executive Member
Albert Vielfaure	Member
Larry Moynahan	Member
Eric Hammill	Member
Nigel Taylor	Member
Gordon Hunter	Member

## Council Staff

Larry Matheson	Executive Director
Keith Wilkinson	Policy and Research
Robert Botsford	Commodity Manager (eggs)
Maurice Tovel	Commodity Manager (turkey)
Jurgen Schiffer	Commodity Manager (chicken)
Charles Kaine	Commodity Manager (broiler hatching eggs)
Paul Blakely	Chief, Policy Coordinator
Jacques Goulet	Director, Management Services
Carola McWade	Secretariat Manager
Yaron Butovsky	Legal Counsel

## Council Office

Martel Building, 13th Floor  
270 Albert Street  
Ottawa, Ontario

## Mailing Address:

P.O. Box 3430, Station D  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

(613) 995-2297  
Fax: (613) 995-2097



# LE CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES EN 1989-1990

## Le conseil d'administration

Ralph Barrie	Président
Lise Bergeron	Vice-présidente
Glenn Flaten	Membre exécutif
Albert Vielhaure	Membre
Larry Moynahan	Membre
Eric Hammill	Membre
Nigel Taylor	Membre
Gordon Hunter	Membre

## Les cadres

Larry Matheson	Directeur exécutif
Keith Wilkinson	Politiques et recherche
Robert Botsford	Gestionnaire des denrées (oeufs)
Maurice Tovel	Gestionnaire des denrées (dindon)
Jurgen Schiffer	Gestionnaire des denrées (poulet)
Charles Kaine	Gestionnaire des denrées (oeufs d'incubation de poulet à chair)
Paul Blakely	Chef, Coordination des politiques
Jacques Goulet	Directeur des Services de gestion
Carola McWade	Chef du secrétariat
Yaron Butovsky	Conseiller juridique

## Bureau du Conseil

Immeuble Martel, 13e étage  
270, rue Albert  
Ottawa (Ontario)

Adresse postale  
C.P. 3430, Succursale D  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

Téléphone: (613) 995-2297  
Télécopie: (613) 995-2097

consommation nature, avec une pointe à Noël et une autre à Pâques, il y a toujours un certain surplus d'œufs de consommation nature. L'Office canadien de commercialisation des œufs gère un plan pour l'écoulement de ces surplus sur une base hebdomadaire. Ces œufs sont vendus aux transformateurs canadiens d'œufs aux fins de consommation au pays ou exportés.

**SIGNATAIRES/Signatories :** Parmi les signataires d'un accord fédéral-provincial et d'un plan de commercialisation visant un produit réglementé, on compte le Ministre fédéral de l'Agriculture, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles, les Ministres provinciaux de l'Agriculture, et puis la règle de surveillance et l'office de commercialisation de chaque province membre.

**SYSTÈME DE CONTINGENTMENT/Quota System:** Dans un plan national de commercialisation, l'office de commercialisation détermine le contingent national de l'année d'après la quantité estimative des besoins du marché présentée par les offices de commercialisation membres. Une fois approuvé par le CNCPA, le contingent national est réparti entre les offices provinciaux de commercialisation selon les critères convenus dans le plan de commercialisation (ex.: taille et croissance du marché, part du marché dans le passé, avantage comparé de production, etc.), aux fins de répartition entre les producteurs de leur province. Dans un régime provincial de contingentement, un office provincial de commercialisation attribue à chaque producteur membre une certaine quantité maximale, ou part du marché, pour son produit. Le contingent de départ se fonde habituellement sur la production antérieure, mais les contingents transférés par la suite et les politiques qui les régissent varient d'une province à l'autre.

**TAUX DE PONTE/Rate of Lay :** Nombre de douzaines d'œufs produits par ponduse au cours de sa période de ponte (habituellement 52 semaines de production).

**VOLAILE ÉVISCÉRÉE/Eviscerated Poultry :** Volaille dépouillée de ses appareils respiratoire, digestif, reproducteur et urinaire, de sa tête, de ses pattes au jarret et de sa glande uropygienne.

**VOLAILE HABILLÉE/Dressed Poultry :** Volaille saignée et plumée.

lorsque le troupeau atteint 20 semaines, et d'une durée d'environ un an.

**PLAN DE COMMERCIALISATION/Marketing**  
Plan: Un plan de commercialisation spécifie les fonctions et les pouvoirs confiés à un office national dans le cadre d'un programme de commercialisation. Un tel plan englobe à la fois la promotion, la réglementation et le contrôle de la commercialisation du produit visé sur les marchés interprovinciaux et d'exportation, y compris un, plusieurs ou tous les éléments suivants: la désignation des personnes soumises à réglementation; la stipulation des pouvoirs associés à la commercialisation du produit réglementé; la détermination des quantités du produit réglementé que les producteurs sont autorisés à mettre sur le marché, des prix que recevront les producteurs et des autres conditions de mise en marché; la mise en commun d'une partie des recettes (redevances prélevées); l'émission de permis; et l'imposition et la levée de redevances ou de frais. Un plan de commercialisation s'établit dans le cadre de la proclamation d'un office national de commercialisation.

**PONDEUSE/Layer**: Une pondeuse est une femelle de l'espèce *Gallus domesticus* âgée d'au moins 20 semaines et qui pond des oeufs destinés à la consommation humaine.

**POULETTE/Pullet**: Volaille âgée d'au plus 20 semaines, sexuellement adulte et prête à pondre.

**PRÉLEVEMENTS/Levies**: Cotisations recueillies auprès des producteurs selon les taux établis par un office national et les offices provinciaux de commercialisation qui paient ainsi leurs frais d'administration et leurs programmes de commercialisation. Les prélèvements sont imposés en vertu d'ordonnances et de règlements fédéraux et provinciaux après approbation et autorisation du CNCPA et des offices de commercialisation provinciaux. Pour les oeufs, deux prélèvements supplémentaires sont exigés:

Prélèvements de péréquation du coût de production (prélèvement à la consommation): sommes recueillies auprès des producteurs pour financer l'écoulement d'oeufs vers le secteur de la transformation, d'où ils seront remis sur le marché canadien. Les oeufs ainsi écoulés sont en excédent des besoins hebdomadaires de consommation d'oeufs frais.

Prélèvements à la production: sommes recueillies auprès des producteurs pour financer l'achat par l'OCOC des excédents aux besoins en oeufs frais et transformés du marché canadien; ces oeufs sont écoulés hors du Canada.

Les prélèvements à la production ne sont pas refilés aux consommateurs au moyen de la formule du coût de production, mais plutôt absorbés par les producteurs qui reçoivent en fin de compte un revenu net moindre.

**PRODUITS TRANSFORMÉS** / Processed Product: Les oeufs qui sont transformés en produits liquides, congelés ou déshydratés (oeufs entiers, jaune d'oeuf ou albumen) et peuvent contenir ou non du sel et du sucre; ils sont destinés:

1) aux industries alimentaires pour la préparation des produits de boulangerie, des mélanges pour gâteaux, des mayonnaises, de la crème glacée, des nouilles, etc.;

2) à des fins médicinales (pharmacologie et bactériologie); et

3) aux industries de fabrication de produits comme le cuir, les teintures, les produits synthétiques, les shampooings et les rations alimentaires pour animaux; et peuvent être vendus sur les marchés d'exportation.

Un transformateur de volailles exploite un établissement où la volaille (dinde et poulet) est abattue, habillée, éviscérée, classée, emballée et étiquetée.

En ce qui concerne la volaille éviscérée, la transformation ultérieure (ou de second cycle) comporte le découpage, la mise en conserve (produits frais, congelés ou déshydratés), la préparation de portions comme les cuisses, les ailes, la poitrine, le dos, etc., la fabrication de rouleaux, de saucisses, de produits à tartines, de pains de viande, etc., ou le découpage en cubes.

**PROGRAMME DE RETRAIT DES EXCÉDENTS D'OEUF/Surplus Removal Program for Eggs**: L'un des principaux objectifs du plan national de commercialisation des oeufs est de répondre en tout temps aux besoins du marché des oeufs de consommation nature. Comme la production demeure assez stable tout au long de l'année, mais que la demande fluctue pour les oeufs de

oeufs, les poussins d'un jour sont vendus aux producteurs de poulets, qui expédieront ceux-ci à l'abattoir.

**OFFICE DE COMMERCIALISATION/Marketing Agency :** Un office de commercialisation est un organisme national ou régional établi par proclamation sous le régime de la Loi et chargé d'appliquer un plan de commercialisation visant une denrée réglementée. Exception faite de la subvention de démarrage de 100 000 \$ octroyée par le gouvernement fédéral, le financement de chaque office est assuré par le prélèvement de redevances sur les produits commercialisés. Un office national de commercialisation est dirigé par un conseil d'administration habituellement composé d'un représentant des producteurs de chaque province membre. Toutes les provinces ne font pas nécessairement partie des programmes nationaux de commercialisation actuellement en place; en effet, celui des oeufs représente les dix provinces, tandis que celui du poulet en représente neuf, celui du dindon huit et celui des oeufs d'incubation de poulet à chair cinq. En plus des représentants des offices provinciaux de commercialisation, deux membres désignés par le gouvernement fédéral font partie du conseil d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs (l'un d'eux est président) et de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

**OFFICE PROVINCIAL DE COMMERCIALISATION / Marketing Board :** Un office provincial de commercialisation est un organisme provincial constitué conformément à une loi provinciale dans le but de réglementer la commercialisation d'un produit agricole dans une province. La création de ces offices vise à stabiliser les prix, les approvisionnements et les revenus des producteurs du secteur primaire, ainsi qu'à augmenter la capacité de négociation des producteurs face à la concentration accrue dans les autres secteurs de l'industrie alimentaire. Le Canada compte plus de 100 offices provinciaux de commercialisation ayant des pouvoirs différents et assumant diverses responsabilités, par exemple négociations de prix avec les transformateurs, publicité, mise en commun d'une partie des recettes des producteurs, études de marchés et, dans quelques cas, régularisation de la production grâce à des régimes de contingentement.

**PÉRIODE DE PONTE/Lay Period :** Cycle de production d'oeufs commençant habituellement

nationaux de gestion des approvisionnements, on utilise une formule de coût de production pour déterminer le prix à la ferme (prix au producteur). Le prix au producteur permet à ce dernier de récupérer ses frais de production (mouées, poulettes, énergie, frais généraux, amortissement, main-d'oeuvre, etc.) au cours d'une certaine période de temps et de recevoir une rémunération raisonnable. Les composantes du coût sont déterminées sur la foi des résultats d'une enquête nationale menée par des experts-conseils à la demande de l'Office national. Cette enquête est généralement mise à jour tous les deux ans. L'Office canadien de commercialisation des oeufs utilise une formule pour fixer les prix à la production des oeufs A gros, alors que les offices provinciaux du dindon et du poulet établissent leurs prix à la production sur la base d'enquêtes (semblables à l'enquête nationale) sur les coûts de leurs producteurs. Le CNCPA surveille étroitement les méthodes de collecte, d'analyse et de mise à jour des coûts.

**GESTION DES APPROVISIONNEMENTS/Supply Management :** Réglementation et contrôle de la production et de la commercialisation d'une denrée grâce à un régime de contingentement.

**IMPORTATIONS - Contingent de base global pour les importations/Imports - Basic Import Quota (Global) :** En vertu des accords du GATT, des restrictions peuvent être imposées aux importations s'il existe un régime national de gestion des approvisionnements pour une certaine denrée. Le volume des importations est négocié entre gouvernements, à la lumière des données antérieures sur les importations faites par les importateurs enregistrés. Les contingents à l'importation sont administrés par le Ministère des affaires extérieures.

Des importations supplémentaires peuvent être autorisées lorsqu'il y a pénurie et que l'Office national concerné n'est pas en mesure de trouver le produit ou la catégorie de produit au Canada dans un délai de 72 heures.

**INDICE DE CONVERSION/Feed Conversion Ratio :** La quantité d'aliments nécessaire (en kilogrammes) à la production d'une douzaine d'oeufs ou d'un kilogramme de chair de volaille.

**OEUF D'INCUBATION DE POULET À CHAIR/Broiler Hatching Eggs :** Oeufs destinés à la production de poulet. Après incubation des

Le poulet éviscéré est produit et vendu selon deux catégories: sujets à griller (moins de 2 kilogrammes) et sujets à rôtir (2 kilogrammes et plus).

**CONTINGENT EN SUS DE LA BASE I/** Overbase I : Différence, exprimée en kg, entre le contingent de base établi par l'OCCP en vertu de l'Accord fédéral-provincial et le contingent définitif de 1988 publié dans la Gazette du Canada.

**CONTINGENT EN SUS DE LA BASE II/** Overbase II : Croissance, exprimée en kg, calculée entre, d'une part, la somme du contingent de base et du contingent en sus de la base I et, d'autre part, le contingent global provisoire de l'année à l'étude.

**CONSOMMATION/Disappearance :** Dans le contexte, il s'agit de la consommation canadienne apparente d'un produit, compte tenu des importations et des exportations.

**DINDON ADULTE/Mature Turkey :** Tout dindon sexuellement adulte, c'est-à-dire femelle qui a pondu des oeufs ou mâle qui a produit du sperme; il a nécessairement atteint au moins 28 semaines au moment de l'abattage.

**DINDON D'ÉLEVAGE-MULTIPLICATION /** Multiplier Breeder Turkey: Le produit fini que livre, après manipulation génétique, une société d'élevage primaire de dindons aux fins de ponte ou de fertilisation d'oeufs dont fourniront les dindonneaux qu'utilisent les producteurs commerciaux de viande de dindon.

**DINDON D'ÉLEVAGE/Breeder Turkey :** Tout dindon sexuellement adulte, c'est-à-dire femelle qui a produit un oeuf ou mâle qui a produit du sperme.

**DINDON D'ÉLEVAGE PRIMAIRE/Primary Breeder Turkey:** Dindon d'élevage-multiplication résultant d'une combinaison déterminée de diverses souches de génés.

**DINDONNEAU/Poulet :** Dindon d'un jour.

**FORMULE DU COÛT DE PRODUCTION/**Cost of Production Formula : En vertu des programmes

**ACCORD FÉDÉRAL-PROVINCIAL/** Federal-Provincial Agreement : Les programmes de commercialisation nationaux fonctionnent en vertu d'un mandat fédéral (marchés interprovincial et d'exportation) et de mandats provinciaux (production et commercialisation à l'échelle de la province). Un accord fédéral-provincial (ou entente fédérale-provinciale) est signé par le Ministre fédéral de l'Agriculture et son homologue de chaque province participante. Il a pour objet d'harmoniser et d'intégrer l'autorité de chaque province et du fédéral. (Les autres signataires sont la régie de surveillance et l'office de commercialisation pour le produit réglementé de chaque province participante.) Un accord fédéral-provincial est négocié entre les signataires éventuels avant la proclamation de l'office. Le projet initial d'établissement de l'office, le plan de commercialisation et le texte préliminaire de la proclamation sont habituellement annexés à l'accord à titre de référence.

**CASSERIES/Breakers :** Le segment d'industrie qui effectue la transformation des oeufs frais en d'autres produits.

**CATÉGORIES ET CLASSEMENT/Grades and Grading :** Le classement des oeufs, du poulet et du dindon est fondé sur les règlements et les normes du gouvernement fédéral. Le classement des oeufs est effectué dans des stations enregistrées de classement ou par des producteurs classeurs. (Les producteurs classeurs sont des producteurs d'oeufs qui exploitent leurs propres installations de classement et de calibrage. Un tel producteur ne classe pas les oeufs pour le compte d'autres producteurs.) Les oeufs de la catégorie A (extra gros, gros, moyens, petits et peewee) sont destinés à la consommation nature. Quant aux catégories B, C et autres, elles sont habituellement vendues au secteur de la transformation des oeufs pour la fabrication d'une gamme de produits liquides, congelés ou en poudre.

Le dindon éviscéré est produit et vendu selon trois catégories: sujets à griller (moins de 5,4 kilogrammes), dindes (5,4 à 9 kilogrammes) et dindons (9 kilogrammes et plus).

CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES  
 ÉTAT FINANCIER  
 POUR L'EXERCICE FINANCIER TERMINÉ LE 31 MARS 1990  
 (000 \$)

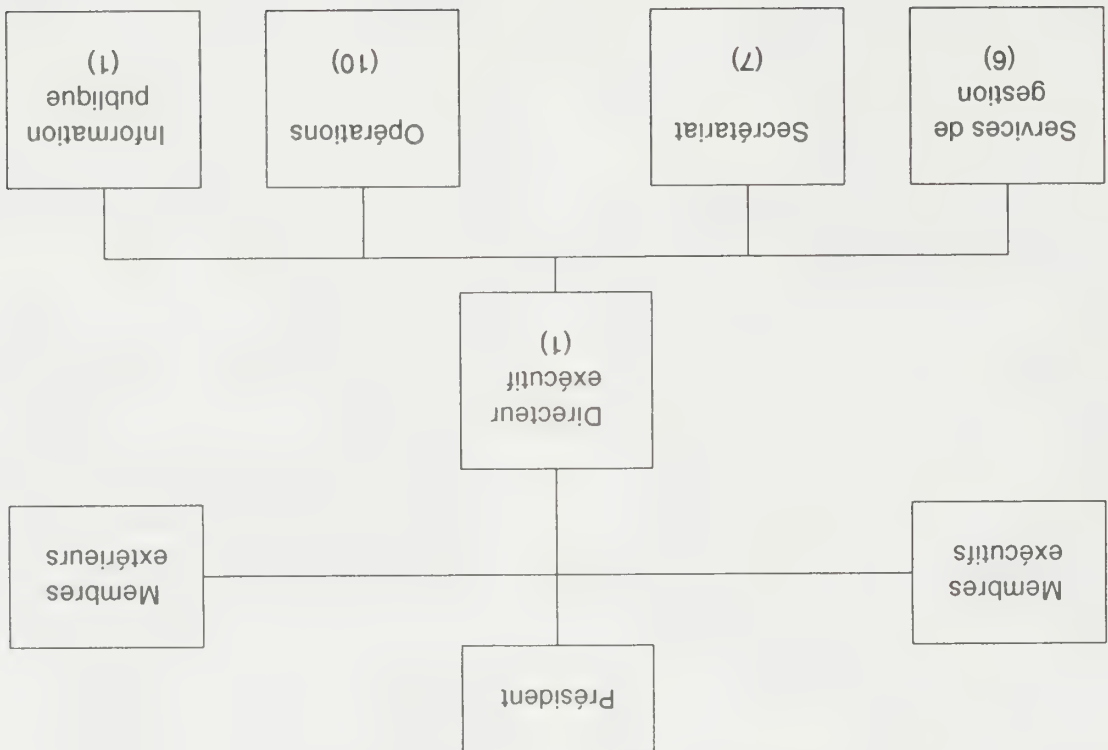
1989-1990		1988-1989	
BUDGET	DÉPENSES RÉELLES	BUDGET	DÉPENSES RÉELLES
SALAIRES	1,403.2	1,341.6	1,270.2
TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS	182.0	174.2	169.0
INFORMATION ET PUBLICATIONS	8.0	23.8	16.0
SERVICES PROFESSIONNELS ET SPÉCIAUX	176.5	174.3	113.7
LOCATIONS	17.0	15.4	18.0
RÉPARATIONS	11.5	9.3	14.0
FOURNITURES ET APPROVISIONNEMENTS	40.0	34.7	42.0
IMMOBILISATIONS (MEUBLES ET ÉQUIPEMENT)	25.0	24.0	11.0
SUBVENTIONS	200.0	0.0	200.0
	2,063.2	1,797.3	1,853.9
			1,545.0

# SURVOL ADMINISTRATIF

Le 2 novembre 1989, le Conseil du Trésor a signé avec le Conseil une lettre d'entente sur les langues officielles. On y retrouve les pouvoirs et responsabilités du Conseil à l'égard de la gestion du programme des langues officielles, ainsi que les objectifs à ce chapitre pour les trois prochaines années.

Le Conseil national de commercialisation des produits agricoles s'est vu accorder un budget de 2 063 200 \$ et de 25 années-personnes pour atteindre ses objectifs en 1989-1990. Une somme d'environ 33 250 \$ a servi à la tenue d'un colloque national sur la commercialisation, qui a réuni des représentants de tous les segments de l'industrie agricole. Son objectif était de sensibiliser davantage les participants de l'industrie aux réalités et aux possibilités des marchés au Canada, aux États-Unis et sur la scène internationale.

## ORGANIGRAMME DU CONSEIL ET ANNÉES-PERSONNES (ap) CORRESPONDANTES



Une tierce partie avait ensuite été engagée par appel d'offres public pour déterminer les coûts fixes de production du dindon et effectuer une enquête sur les coûts de la nourriture, ceux des dindonneaux et les autres facteurs variables.

Des interviews sur le terrain ont été réalisées en janvier 1989. Le rapport final intégrant les coûts fixes et les résultats de l'enquête fut approuvé par le Conseil, à sa réunion des 2 et 3 mai 1989.

# COÛT DE PRODUCTION ET DÉTERMINATION DES PRIX

L'amélioration du taux de conversion alimentaire dans le cas des ponduses, des poulets à griller et des dindons. Le taux de conversion alimentaire est la quantité d'aliments nécessaire à la production d'une douzaine d'œufs ou d'un kilogramme de viande de volaille.

Les offices nationaux assurent la mise à jour mensuelle des formules de calcul des coûts de production en obtenant, de sources publiques d'information, des renseignements au sujet des hausses et des baisses du coût des facteurs, tels les poulettes, les poussins ou les dindonneaux, la main-d'œuvre, les aliments, les taux d'intérêt et les installations.

En 1981, le Conseil a publié des lignes directrices afin d'aider les offices nationaux à mettre au point et à mener des enquêtes sur les coûts de production ainsi qu'à tenir à jour leurs formules de coût. Révisées en 1989, les lignes directrices établissent des normes uniformes élevées pour l'exécution des enquêtes nationales par des firmes d'experts-conseils agissant pour le compte des offices nationaux. Elles servent en outre à garantir l'équité du régime tant pour les producteurs que pour les consommateurs et à améliorer la prévisibilité des facteurs de coût et des méthodes de fixation des prix.

Un représentant du Conseil siège à titre d'observateur au Comité des coûts de production de chaque office national lorsqu'il est question de la conception, de l'exécution, de l'analyse et de l'application des résultats d'enquête.

## Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

En 1988, un groupe de huit producteurs de dindons avait été formé pour concevoir une ferme réalisable en pratique par un exploitant à plein temps.

Pour chaque office national, on effectue une enquête sur les principaux facteurs touchant le coût de production de la volaille et des œufs de consommation à partir d'un échantillon représentatif de producteurs. Les enquêtes servent à établir un coût de production moyen à l'échelle nationale ou provinciale. L'Office canadien de commercialisation des œufs utilise ce coût moyen pour déterminer le prix à la production des œufs de catégorie A gros. L'Office canadien de commercialisation du dindon et l'Office canadien de commercialisation du poulet font appel à ce coût pour déterminer les prix de référence qui servent à établir les prix à la production des dindons et des poulets à l'échelle provinciale ainsi qu'à évaluer l'avantage comparé de production aux fins de la méthode de répartition des contingents en sus de la base.

La Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et les accords fédéraux-provinciaux confèrent au Conseil le pouvoir et la responsabilité d'approuver la méthodologie et les résultats des enquêtes sur les coûts de production pour les produits réglementés. Ainsi en est-il aussi de l'utilisation des données sur les coûts de production dans les formules de détermination des prix et dans les calculs de l'avantage comparé.

Les principaux facteurs de coût sont : les poulettes (ponduses) dans le cas des œufs de consommation, les poussins et dindonneaux dans le cas des poulets et des dindons, les aliments (le facteur le plus important), la main-d'œuvre (y compris le travail du producteur et de sa famille), les frais généraux, l'amortissement et le rendement sur le capital investi par le producteur.

Tous les deux ou trois ans environ, les offices nationaux mettent à jour, grâce à des enquêtes nationales, leurs données de base sur les facteurs constitutifs de leurs coûts de production afin d'y incorporer les accroissements de la productivité. Ainsi, ces données tiennent compte des améliorations de l'efficacité de production, telles l'augmentation du taux de ponte des poules ponduses dans le cas de la production d'œufs et

TABLEAU 15

## BUDGETS DES OFFICES NATIONAUX

1989 - 1990

	O C C O				O C C D				O C C P				O C C O I P C			
	1989		1990		1989		1990		1989		1990		1989		1990	
	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)
RECETTES																
PRÉLEVEMENTS	8321	95,2	81,56	96,9	1889	99,2	1870	100,0	2311	97,3	3160	97,3	599	99,8	613	100,0
INTÉRÊTS	421	4,8	260	3,1	15	0,8	-	-	70	2,7	-	-	1	0,2	-	-
DIVERS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	89	2,7	-	-	-	-
TOTAL DES RECETTES	8742	100,0	8416	100,0	1904	100,0	1870	100,0	2381	100,0	3249	100,0	600	100,0	613	100,0
DÉPENSES																
SALAIRES, RÉUNIONS ET HONORAIRES DES ADMINISTRATEURS	2739	38,0	3202	36,1	603	34,3	663	34,1	1340	50,5	1411	49,0	307	57,1	319	63,2
PUBLICITÉ ET PROMOTION	3285	45,6	3865	43,6	593	33,7	640	32,9	626	23,6	663	23,0	1	0,2	8	1,6
BUREAUX	582	8,1	595	6,7	61	3,5	80	4,1	153	5,8	233	8,1	47	8,7	41	8,1
LOYER	199	2,8	279	3,1	51	2,9	52	2,7	104	3,9	119	4,1	23	4,3	25	5,0
AMORTISSEMENT	100	1,4	146	1,6	44	2,5	27	1,4	34	1,3	46	1,6	3	0,6	2	0,4
SERVICES DE PROFESSIONNELS	335	4,6	519	5,9	261	14,8	279	14,3	205	7,7	200	6,9	129	24,0	82	16,2
ET D'EXPERTS-CONSEILS																
RECHERCHE	179	2,5	261	2,9	106	6,0	138	7,1	-	-	-	-	-	-	-	-
DIVERS	-213	-3,0	-	-	41	2,3	67	3,4	192	7,2	209	7,3	28	5,2	28	5,5
TOTAL DES DÉPENSES	7206	100,0	8867	100,0	1760	100,0	1946	100,0	2654	100,0	2881	100,0	538	100,0	505	100,0

Source: OCCO, OCCD, OCCP, OCCOIPC

Note: Les données de 1989 indiquent les chiffres réels, ceux de 1990 sont des prévisions.

**TABEAU 14**  
**OEufs D'INCUBATION DE POULET À CHAIR**  
**RÉPARTITION DU CONTINGENT ENTRE LES PROVINCES**  
**1989 – 1990**

1989						1990					
Provisoire			Définitif			Provisoire					
Marché	Expor-	Intérieur	Marché	Expor-	Intérieur	Marché	Expor-	Intérieur			
tations	tations		tations	tations		tations	tations				
Québec	132.8	0.00	124.3	0.12	131.4	0.12					
Ontario	147.9	1.00	138.1	4.00	145.5	4.00					
Manitoba	18.3	0.00 *	16.9	0.00 *	18.0	0.00 *					
Alberta	49.1	0.00	46.3	0.00	49.1	0.00					
Colombie-Britannique	53.6	0.00	55.2	0.00	60.9	0.00					
Source: "Règlement de l'Office de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet de chair sur le contingentement".											
* Moins de 0,01 %											

**TABEAU 13**  
**OEUFs D'INCUBATION DE POULET À CHAIR**  
**PRODUCTION PROVINCIALE NETTE (1)**  
**1985 - 1989**

	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%	Nombre de producteurs 1989
	(en milliers d'œufs d'incubation)										
C.-B.	41,455	11.4	45,302	11.8	50,310	11.8	51,786	11.9	55,165	12.6	45
ALB.	44,268	12.2	46,097	12.0	50,545	11.9	49,649	11.4	48,157	11.0	57
SASK.	10,910	3.0	11,672	3.0	13,588	3.2	12,085	2.8	11,854	2.7	14
MAN.	15,610	4.3	15,470	4.0	17,934	4.2	21,105	4.9	19,126	4.4	36
ONT.	116,033	31.9	122,679	31.8	141,222	33.1	144,235	33.2	142,295	32.5	88
QUÉ.	105,655	29.1	114,149	29.6	121,825	28.6	122,784	28.3	127,349	29.1	51
PROVINCES DE L'ATLANTIQUE (2)	29,356	8.1	29,978	7.9	30,688	7.2	32,240	7.4	33,274	7.6	S.O.
CANADA	353,322	100.0	385,347	100.0	426,112	100.0	433,884	100.0	437,220	100.0	291 (3)

Source: Agriculture Canada - Revue des couvoirs

1 - Quantité nette d'œufs couvés, moins les importations et les arrivages en provenance d'autres provinces, plus les exportations et les expéditions vers d'autres provinces.

2 - Les chiffres des provinces de l'Atlantique sont regroupés pour raisons de confidentialité.

3 - Les producteurs des provinces de l'Atlantique ne sont pas inclus.

**TABEAU 12**  
**OEUFs D'INCUBATION DE POULET À CHAIR**  
**STATISTIQUES SUR LES MISES EN MARCHÉ**  
**1985 – 1989**

	1985	1986	1987	1988	1989
<b>PRODUCTION</b>					
INTÉRIEURE	363,287	385,348	426,112	433,884	437,220
IMPORTATIONS	63,155	67,437	81,846	75,920	72,858
TOTAL DES APPROVISIONNEMENTS	426,442	452,785	507,958	509,804	510,078
EXPORTATIONS	1,807	1,315	2,390	2,675	2,831
CONSOMMATION INTÉRIEURE (1)	424,635	451,470	505,568	507,129	507,247

(en milliers d'oeufs d'incubation)

Source: Agriculture Canada - Revue des couvoirs

(1) La consommation intérieure correspond au nombre net d'oeufs couvés.

prélèvements de cet office pour cette année. L'objet de ces modifications était de reconnaître l'adhésion de la Colombie-Britannique, d'établir un taux de prélèvement pour les producteurs de cette province et de réviser le taux de prélèvement applicable aux producteurs, négociants ou exploitants de couvoir des provinces non signalaires pour leurs oeufs d'incubation de poulet à chair vendus dans une province signalaire.

En novembre 1989, le Conseil a approuvé le prélèvement de l'OCCOIPC pour 1990. Le taux est demeuré inchangé par rapport à 1989 et s'établit à 0,1528 cent par oeuf d'incubation de poulet à chair vendu sur le marché interprovincial ou exporté.

#### Résultats financiers

L'OCCOIPC a déclaré en 1989 des recettes nettes de 599 714 \$, des dépenses totales de 538 009 \$ et un excédent de 61 705 \$. Les recettes prévues au budget s'établissaient à 541 000 \$, mais l'adhésion de la Colombie-Britannique les a fait grimper d'environ 11%. En novembre 1989, le Conseil a entériné le projet de budget de l'OCCOIPC pour 1990. Les recettes prévues sont de 613 000 \$, soit 2% de plus qu'en 1989.

L'OCCOIPC prévoit que ses dépenses se chiffreront à 505 095 \$ en 1990, soit une baisse de 6% en regard des 538 009 \$ de 1989. Celle-ci s'explique essentiellement par une diminution de la rémunération et des dépenses des administrateurs.

Les efforts de l'OCCOIPC en vue de réduire sa dette continuent de porter fruit. Celle-ci atteignait 313 703 \$ au 31 décembre 1989, et on estime qu'elle sera ramenée à 225 000 \$ le 31 décembre 1990. L'OCCOIPC estime que sa dette sera entièrement résorbée au cours de la première moitié de 1992.

#### Problèmes à résoudre

° Adopter l'annexe B

° Réduire davantage la dette

Les sanctions visant le commerce interprovincial et les exportations sont fixées en vertu de l'ordonnance de l'OCCOIPC sur les prélèvements. Celle-ci prévoit une amende de 5 cents par oeuf d'incubation excédentaire produit dans une province signalaire et commercialisé sur le marché interprovincial ou international. Dans le cas d'une province non signalaire, la sanction s'applique non seulement au producteur, mais également au vendeur ou à l'exploitant de couvoir; elle correspond à 5 cents par oeuf d'incubation excédentaire au contingent de commercialisation ordonnée.

Pour ce qui est des ventes intraprovinciales dans les provinces signalaires, les sanctions pour surproduction sont régies par une "résolution sur les dommages-intérêts". Celle-ci prévoit une amende de 17,5 cents par oeuf d'incubation de poulet à chair excédant 101% du contingent de la province.

#### Prélèvements

Le prélèvement de l'OCCOIPC a pour objet d'acquitter ses frais d'administration. Il doit être approuvé par le Conseil, et ce sont les offices provinciaux de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair qui le perçoivent au nom de l'OCCOIPC dans chaque province membre.

Par suite de l'adhésion de la Colombie-Britannique à l'OCCOIPC, le Conseil a approuvé en mai 1989 des modifications à l'ordonnance sur les

(en cents par oeuf d'incubation de poulet à chair mis en marché)

#### Prélèvements pour 1989

Canada	Provinces	Total
Québec	0,1528	0,2205
Ontario	0,1528	0,3648
Manitoba	0,1528	0,4000
Alberta	0,1528	0,1672
Colombie-Britannique	0,1528	0,2500
		0,4028

(2) **la péréquation provinciale**, qui représente la différence entre le contingent provincial d'œufs d'incubation de poulet à chair de l'année précédente et le volume de base pour cette province (ce calcul demeure inchangé);

(3) **le rajustement en fonction du marché provincial**, qui correspond à la différence entre le volume d'œufs d'incubation de poulet à chair calculé en 1 et en 2, et le nombre d'œufs d'incubation nécessaires pour répondre aux besoins estimatifs de poulet de la prochaine année.

Contrairement aux dispositions de l'ancienne annexe B, ce dernier rajustement permettrait à l'OCCOIPC de déterminer la demande de poulet en se fondant sur les recommandations de son propre comité consultatif, et non sur les contingents établis par l'OCCP. Après avoir déterminé les besoins provinciaux totaux en œufs d'incubation, l'OCCOIPC en déduirait les importations à la fois d'œufs d'incubation et de poussins (sur la base d'un équivalent en œufs d'incubation).

On procédera à un calcul distinct du contingent pour chaque province, qu'elle participe ou non au plan de commercialisation. Les contingents des provinces non signataires serviront à calculer la croissance du contingent de commercialisation ordonnée.

### Répartition des contingents de 1989 et de 1990

En novembre 1988, le Conseil a approuvé les contingents provisoires proposés par l'OCCOIPC pour 1989; en octobre 1989, il en a approuvé les contingents définitifs (voir le tableau 14).

En novembre 1989, le Conseil a approuvé les contingents provisoires de 1990 (voir le tableau 14). Les modifications apportées au contingent de l'OCCOIPC tiennent compte des variations du contingent de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

### Sanctions de surproduction

Les sanctions imposées par l'OCCOIPC pour surproduction sont de deux types: celles visant le commerce interprovincial et les exportations, d'une part, et celles visant le commerce intraprovincial, de l'autre.

l'OCCP entre les provinces. Le contingent de base de 1981-1985 est la moyenne quinquennale du nombre d'œufs d'incubation produits et mis en marché (après correction pour tenir compte des envois interprovinciaux, des exportations et des importations) avant la date d'entrée en vigueur du plan de commercialisation.

### Problèmes de méthodologie dans la répartition des contingents

Cette formule doit toutefois être modifiée, car les besoins futurs d'œufs d'incubation de poulet à chair sont liés aux attributions provinciales initiales de l'OCCP et ne tiennent pas compte des importations d'œufs et de poussins.

Ce lien direct établi avec les contingents de l'OCCP a parfois mis les producteurs d'œufs d'incubation dans une situation de surproduction. Il est reconnu que le contingent annuel définitif de l'OCCP, c'est-à-dire la somme des contingents des cinq périodes, s'écarte parfois sensiblement de son contingent initial. En outre, on sait que l'OCCP établit ses besoins quelque trois mois avant la période de contingentement, alors que l'OCCOIPC établit les siens annuellement, les poulettes étant placées sur les fermes jusqu'à vingt-sept mois avant l'abatage des poulets. Ainsi, l'OCCOIPC ne peut pas réagir aux rajustements de contingent de l'OCCP.

Dans ce contexte, l'OCCOIPC a amorcé en 1989 un processus de révision de l'Accord fédéral-provincial pour modifier la méthode de calcul des contingents. L'annexe B révisée permettrait à l'OCCOIPC d'établir son contingent de façon indépendante de celui de l'OCCP et de tenir compte des importations d'œufs et de poussins, sur la base de 19,07% de la production de l'année précédente. Dans l'ancienne annexe, on présupposait que les importations demeuraient à un niveau correspondant à celui de la période de référence.

### Méthode proposée

En vertu de la nouvelle méthode, les contingents provinciaux seraient désormais établis par la conjugaison des trois facteurs suivants:

(1) **le volume de base** d'œufs d'incubation de poulet à chair établi dans le plan pour chaque province (ce calcul demeure inchangé);

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUF D'INCUBATION DE POULET À CHAIR (OCCOIPC)

## Faits saillants de 1989-1990

### Contrôles à l'importation des oeufs d'incubation et des poussins

L'OCCOIPC avait demandé de nouveau, en 1988, que les poussins et les oeufs d'incubation de poulet à chair soient inscrits sur la Liste des marchandises d'importation contrôlée. L'article XI du GATT exige d'un pays qui souhaite mettre en place des contrôles à l'importation qu'il fasse d'abord la preuve de l'existence au pays de mesures visant à réglementer la production intérieure. Pour cette raison, le ministre fédéral de l'Agriculture et le ministre du Commerce international ont décidé qu'il fallait modifier la Proclamation de l'Office et le plan de commercialisation afin d'habilliter l'OCCOIPC à réglementer le mouvement des poussins depuis les provinces non réglementées vers celles qui le sont. Avant cette modification, seul le transport des oeufs d'incubation (et non celui des poussins) était soumis à une surveillance.

Le projet de modification a ensuite fait l'objet d'une publication préalable dans la Gazette du Canada le 29 mars 1989. Le 5 mai suivant, le ministre du Commerce international, John C. Crosbie, et son homologue de l'Agriculture, Don Mazankowski, annonçaient que les poussins et les oeufs d'incubation de poulet à chair seraient inscrits sur la Liste des marchandises d'importation contrôlée du Canada à compter du **lundi 8 mai 1989**. On a établi un contingent annuel global applicable aux poussins et aux oeufs d'incubation de poulet à chair; cette quantité correspond à 19,07% de la production intérieure d'oeufs de poulet à chair mis en incubation au cours de l'année précédente.

Révision du règlement sur la mise en marché (ordonnée)

Le 26 octobre 1989, le Conseil a approuvé des modifications aux règlements de l'OCCOIPC sur la mise en marché ordonnée afin d'exiger que toute personne qui vend dans une région réglementée des poussins et des oeufs d'incubation de poulet à chair provenant d'une région non réglementée détienne un contingent valide de mise en marché. Ce dernier se fonde sur une période d'admissibilité et s'applique à la fois aux oeufs d'incubation et aux poussins (sur la base d'équivalents en oeufs d'incubation).

Le règlement modifié est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> novembre 1989.

## Gestion des approvisionnement

### Modalités d'établissement des contingents

Pour chaque province membre, l'OCCOIPC fixe à chaque autonome un contingent provisoire représentant environ 90% des produits commercialisés sur le marché intérieur. Ce contingent détermine la quantité maximale d'oeufs d'incubation de poulet à chair que peut commercialiser la province signataire sur les marchés interprovincial, intraprovincial et étranger.

L'OCCOIPC détermine actuellement les contingents selon la formule prescrite dans l'Accord fédéral-provincial. Cette formule consiste à établir la somme 1) de la production annuelle moyenne au cours de la période de base 1981-1985; 2) de la différence entre le contingent de la période de base et celui de l'année précédente dans chaque province, après correction pour tenir compte des sanctions; et 3) d'un rajustement des contingents en fonction des changements dans la répartition du contingent de

**TABLEAU 11**  
**POULET**  
**PRÉLÈVEMENTS**  
**1987 - 1989**

Province	1987			1988			1989		
	National	Pro- vincial	Taux total	National	Pro- vincial	Taux total	National	Pro- vincial	Taux total
			Montant total			Montant total			Montant total
	(cents par kg)			(cents par kg)			(cents par kg)		
			\$			\$			\$
C.-B.	0.23	0.87	1.10	0.34	1.65	1.99	0.43	1.77	2.20
			165,000			207,000			67,000 (1)
ALB.	0.23	0.48	0.71	0.34	0.85	1.19	0.43	0.42	0.85
			132,000			104,000			0 (2)
SASK.	0.23	0.79	1.02	0.34	1.08	1.42	0.43	1.07	1.50
			40,000			66,000			80,000
MAN.	0.23	0.78	1.01	0.34	0.76	1.10	0.43	0.76	1.19
			61,000			92,000			121,000
ONT.	0.23	0.55	0.78	0.34	0.55	0.89	0.43	0.70	1.13
			572,000			820,000			1,061,000
QUÉ.	0.23	0.60	0.83	0.34	0.54	0.88	0.43	0.67	1.10
			448,000			798,000			942,000
N.-B.	0.23	0.99	1.22	0.34	0.99	1.33	0.43	1.19	1.62
			42,000			65,000			84,000
N.-É.	0.23	0.92	1.15	0.34	0.91	1.25	0.43	0.82	1.25
			58,000			89,000			107,000
I.-P.-É.	0.23	0.22	0.45	0.34	0.22	0.56	0.43	0.50	0.93
			2,000			4,000			8,000
T.-N.	0.23	1.79	2.02	0.34	2.50	2.84	0.43	2.07	2.50
			20,000			32,000			40,000
CANADA- TOTAL			1,540,000			2,277,000			2,511,000

SOURCE: OCCP

NOTE: Les prélèvements sont exprimés après approximation et (ou) arrondissement.

(1) Les prélèvements de 1988 ont été payés en 1989. Ceux de l'office de la Colombie-Britannique, d'un montant de 364,365 dollars, étaient dus à l'OCCP pour la période de janvier à décembre 1989. Aucun montant n'a été perçu au 31 décembre 1989.

(2) L'Alberta n'est pas membre de l'OCCP et n'avait pas de contrat avec l'OCCP pour 1989; donc, elle n'a pas payé de prélèvement.

**TABEAU 10**  
**POULET**  
**RÉPARTITION DES CONTINGENTS**  
**1989 – 1990**

Période de contingement	Région réglementée	Région non réglementée*	Total	Production actuelle	Sur ou (sous) production du contingent
(Kg - éq.)					
1989 provisoire	500,625,000	43,875,000	544,500,000		
1 <sup>e</sup> période	98,561,984	8,638,017	107,200,001	107,768,211	568,210
2 <sup>e</sup> période	94,884,298	8,315,702	103,200,000	101,723,040	(1,476,960)
3 <sup>e</sup> période	94,976,240	8,323,760	103,300,000	105,099,226	1,799,226
4 <sup>e</sup> période	93,907,460	8,098,140	102,005,600	102,694,336	688,736
5 <sup>e</sup> période	94,533,964	8,146,344	102,680,308	105,471,620	2,791,312
1989 DÉFINITIF	476,863,946	41,521,963	518,385,909	522,736,433	4,370,524
***1990 provisoire	494,645,000	44,355,000	539,000,000		
1 <sup>e</sup> période	82,251,311	7,348,689	89,600,000	89,371,550	(228,450)
2 <sup>e</sup> période	85,365,660	7,634,340	93,000,000	95,283,000	2,283,000
3 <sup>e</sup> période	81,800,000	7,200,000	89,000,000	91,172,000	2,172,000

\* ALBERTA

Source: CNCPA

\*\* Provisoire

\*\*\* Les données sont basées sur un total de six périodes.

**TABEAU 9**  
**POULET**

**ATTRIBUTION DE CONTINGENTS AUX PROVINCES**  
**1986 - 1989**

Province	1986		1987		1988		1989		1989 Nombre de producteurs
	Conti- gent	Part du marché	Conti- gent	Part du marché	Conti- gent	Part du marché	Conti- gent	Part du marché	
	(en milliers kg)	%	(en milliers kg)	%	(en milliers kg)	%	(en milliers kg)	%	
C.-B.	48,835	10.266	52,168	10.130	54,464	10.360	59,255	11.431	227
ALB.	41,294	8.681	42,832	8.317	43,381	8.252	41,522	8.010	236
SASK.	13,356	2.808	14,513	2.818	14,662	2.789	14,195	2.738	73
MAN.	20,675	4.346	21,165	4.110	20,726	3.942	20,158	3.889	140
ONT.	165,018	34.690	182,118	35.363	185,236	35.235	181,940	35.097	786
QUÉ.	148,719	31.263	161,379	31.336	164,710	31.330	160,263	30.916	721
N.-B.	13,354	2.807	14,464	2.809	14,672	2.791	14,270	2.753	39
N.-É.	17,066	3.588	18,712	3.633	19,127	3.638	18,552	3.579	72
I.-P.-É.	950	0.200	798	0.155	1,367	0.260	1,313	0.253	13
T.-N.	6,432	1.352	6,853	1.331	7,373	1.402	6,918	1.335	20
CANADA-TOTAL	475,699	100.00	515,002	100.00	525,719	100.00	518,386	100.00	2,327

Source: OCCP - Règlement du contingentement  
Note: Toutes les quantités indiquent le poids éviscéré; elles peuvent être approximées ou arrondies.

**TABLEAU 8**  
**POULET**  
**STATISTIQUES SUR LA COMMERCIALISATION**  
**1988 - 1989**

ANNÉE	1988					1989				
TRIMESTRE	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
(en milliers de kg - év.)										
STOCKS DU DÉBUT	19,933	17,653	14,017	9,593	19,933	10,852	8,076	7,425	8,060	10,852
PRODUCTION INTÉRIEURE	128,922	135,940	129,558	128,586	523,006	125,424	135,731	135,712	125,871	522,738
IMPORTATIONS										
-SUJETS VIVANTS (POIDS ÉV.)	1,907	1,735	1,502	1,523	6,667	1,223	1,990	1,570	1,784	6,567
-CARCASSES, MORCEAUX	6,463	6,841	8,807	9,765	31,876	7,486	10,311	10,751	10,228	38,776
TOTAL DES APPROVISIONNEMENTS	157,225	162,169	153,884	149,467	581,482	144,985	156,108	155,458	145,943	578,933
EXPORTATIONS	26	117	259	405	807	258	149	121	118	646
STOCKS DE LA FIN	17,653	14,017	9,593	10,852	10,852	8,076	7,425	8,060	9,238	9,238
ÉCOULEMENT	139,546	148,035	144,032	138,210	569,823	136,651	148,534	147,277	136,587	569,049

Source: Agriculture Canada

L'OCCP prévoit également porter à 2,9 millions de dollars ses dépenses en 1990, soit une hausse d'environ 8 % par rapport à l'an dernier. Cette progression s'explique en grande partie par une croissance de la rémunération du personnel et des frais de déplacement, par une plus grande participation aux activités du GATT et par la mise en oeuvre d'un plan de communication intensif.

#### Problèmes à résoudre:

- La suppression des sanctions au poids.

- Encourager l'Alberta et la Colombie-Britannique à intégrer les rangs de l'Office national.

- Examiner la structure et le fonctionnement du comité de gestion des approvisionnements.

Après d'éponger son déficit de 1989 et d'assainir sa position financière d'ici la fin de 1990, l'OCCP a demandé en octobre au Conseil d'approuver une majoration du taux de prélèvement, pour le faire passer de 0,4300 à 0,5000 cent le kilogramme (poids vif) à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1990.

Les principales causes du déficit de 1989 étaient le refus de la Colombie-Britannique de payer ses prélèvements de l'année, la décision de l'Alberta de ne pas renouveler son contrat avec l'OCCP (avant sa demande d'adhésion) et une baisse des recettes imputables à une production globale finale plus faible que prévu.

Pour son budget de 1990, l'OCCP a adopté une démarche proactive en corrigeant un certain nombre de lacunes qui lui avaient été signalées par le Conseil.

En particulier, l'OCCP a l'intention de se constituer une réserve générale correspondant à six mois de dépenses de fonctionnement. Cela devrait le rendre plus indépendant des recettes tirées des sanctions. L'OCCP a également mis sur pied un fonds pour faire face à d'éventuelles dépenses, comme l'étude sur la mise à jour des coûts de production. Parmi les autres améliorations à signaler, mentionnons la coordination des dépenses de sa campagne de promotion nationale dans le cadre de son budget et une meilleure évaluation de ses besoins financiers futurs grâce à une budgétisation sur deux années à l'avance.

#### Résultats financiers

L'OCCP a commencé l'année 1989 avec un solde de 761 874 \$. Des recettes totalisant 2,6 millions de dollars ont été perçues en 1989; elles provenaient presque entièrement des prélèvements. Ses dépenses totales se sont élevées à 2,7 millions de dollars, et elles ont dépassé ses recettes par une marge de 72 801 \$. L'OCCP a également perçu 227 822 \$ d'amendes pour surproduction, ce qui a donné une réserve en fin d'année de 916 895 \$.

Le budget de l'OCCP pour 1990 prévoit des recettes de 3,3 millions de dollars, soit 26 % de plus qu'en 1989. Cette augmentation tient à la fois à une hausse de la production de poulet et à une majoration du taux de prélèvement à 0,50 cent le kilogramme (poids vif).

L'un des changements consiste à porter, à partir de 1990, de cinq à six le nombre d'attributions de contingents chaque année. En vertu de ces changements, le contingent en sus de la base est également partagé en deux parties; ainsi le contingent de base original est combiné avec un contingent en sus de la base no 1. À ce dernier s'ajoute un contingent en sus de la base no 2 qui se caractérise par une plus grande souplesse quant à la pondération des critères. On utilisera dans ce dernier cas des données plus récentes sur la population, la consommation par habitant et les coûts de production afin de mesurer l'avantage comparé et l'évolution de la demande à la consommation.

Le contingent de la deuxième période, 92,0 millions de kilogrammes, a été adopté par l'OCCP et approuvé par le Conseil en décembre. Toutefois, à la réunion de l'OCCP tenue en janvier 1990, certains ont fait valoir que le contingent de la deuxième période ne sera pas suffisant compte tenu de la campagne de promotion de l'OCCP. Pour cette raison, le conseil d'administration a augmenté le contingent de 1 million de kilogrammes. Le contingent modifié de 93,0 millions de kilogrammes a par la suite été approuvé par le Conseil, en février.

À sa réunion de février, le Conseil a également approuvé le contingent de 89,0 millions de kilogrammes pour la troisième période. L'Association canadienne des sur-transformateurs de volaille avait d'abord demandé au Conseil de ne pas approuver ce contingent, qu'elle jugeait trop faible, mais elle a par la suite changé sa position et décidé de demander un contingent supplémentaire en vertu de la nouvelle politique de demandes spéciales de l'OCCP.

### Prélèvements

L'OCCP a le pouvoir d'imposer des prélèvements sur la production de poulet au Canada afin d'éponger ses frais administratifs et commerciaux. Il incombe au Conseil de recevoir et d'approuver les taux de prélèvement (tableau 11).

Ces prélèvements sont perçus au nom de l'OCCP par l'office de commercialisation du poulet de chaque province. Ils entrent dans la formule de calcul du coût de production de l'OCCP, utilisée comme guide par les offices provinciaux pour négocier les prix à la production avec les transformateurs.

des dommages-intérêts de 25 cents le kilogramme (év.) lorsqu'une province dépasse 101 pour cent de son contingent.

### SANCTIONS POUR SURPRODUCTION

1989

Province	Amende (\$)	Réduction de production (en kg - év.)
Colombie-Britannique	612 160	3 007 459
Saskatchewan	10 994	--
Québec	29 907	1 993 523

SOURCE: OCCP

En juillet 1989, l'OCCP a modifié sa résolution sur les dommages-intérêts, de façon à permettre aux provinces d'absorber leurs sanctions selon l'une ou l'autre des formules suivantes : 100 % au cours de l'année suivant immédiatement la surproduction; 50 % au cours des quatre années et cinquième périodes de l'année suivant la surproduction et 50 % au cours des première, deuxième et troisième périodes de l'année suivante; ou encore 100 % au cours des périodes 1, 2 et 3 de la deuxième année.

Pour la campagne de production de 1989, l'OCCP a imposé des amendes et des sanctions au poids aux provinces qui ont dépassé leur contingent annuel, soit la Colombie-Britannique, la Saskatchewan et le Québec.

### Contingent de 1990

En octobre 1989, le Conseil a approuvé un contingent global provisoire de 539 millions de kilogrammes pour 1990, et un contingent de première période de 89,6 millions de kilogrammes.

En 1990, contrairement aux années précédentes, on a apporté plusieurs changements au régime de contingentement. Ceux-ci ont été suscités dans une large mesure par le comité technique des critères, et leur objectif était d'assouplir le processus de répartition du contingent afin de le rendre plus sensible aux marchés.

## Gestion des approvisionnements

### Modalités d'établissement des contingents

L'OCCP établit un objectif de production national provisoire - ou un contingent - et le répartit entre les provinces à chaque automne. On rajuste ensuite cet objectif pour chacune des périodes (6 en 1990), en fonction des conditions des marchés. L'OCCP détermine le contingent à la lumière des recommandations de son comité de gestion des approvisionnements. Celui-ci comprend des représentants de tous les segments de l'industrie avicole, des consommateurs et des gouvernements provinciaux.

L'ordonnance de contingentement de l'OCCP doit être approuvée par le Conseil. Celui-ci demande alors à l'OCCP de justifier ses chiffres, en particulier s'ils s'écartent du niveau de production recommandé par le comité de gestion des approvisionnements. Il exige en outre de l'OCCP qu'il soumette une méthode claire et justifiable de répartition du contingent entre les provinces.

Lorsqu'il répartit le contingent global, l'OCCP examine d'abord les parts de marché de base de chaque province, établies dans le plan de commercialisation du poulet. Celles-ci correspondent au niveau de production de chaque province à l'époque où l'OCCP a été créé (contingent de base). Toute production supérieure à ce niveau (contingent en sus de la base) doit être répartie selon les critères figurant dans le plan de commercialisation, comme l'avantage comparé de production.

### Contingent de 1989

Le Conseil a approuvé en novembre 1988 le projet de contingent global de 1989 soumis par l'OCCP.

En mars 1989, l'OCCP a adopté la recommandation de son comité de gestion des approvisionnements et fixé à 100,5 millions de kilogrammes le contingent de la quatrième période. L'Association canadienne des sur-transformateurs de volaille en a toutefois appelé de cette décision, alléguant que l'on avait établi le niveau de production sans se fonder sur les estimations de la demande. Avant la date de l'audience, l'OCCP et l'Association ont pu parvenir

à une entente sur certaines des questions jugées importantes par cette dernière. Parmi celles-ci, mentionnons la nécessité de déterminer les besoins de chaque période en fonction de la demande et l'engagement, par l'OCCP, de revoir la composition et la structure de son comité de gestion des approvisionnements.

L'appel devait être annulé par la suite, et le Conseil a approuvé le contingent de la quatrième période. À la réunion de l'OCCP tenue en juin, la Colombie-Britannique a soumis une demande spéciale de 5,7 millions de kilogrammes supplémentaires. L'OCCP a accepté de relever le contingent de la Colombie-Britannique, mais de seulement 1 505 600 kg au cours de la quatrième période, et de 1 582 090 kg au cours de la cinquième.

Le Conseil a approuvé en juillet le contingent révisé de 102 005 600 kg pour la quatrième période.

Le Conseil a reçu un avis d'appel de l'Office de commercialisation du poulet du Nouveau-Brunswick concernant le contingent de la cinquième période. L'office provincial contestait la décision de l'OCCP d'approuver la demande spéciale de la Nouvelle-Écosse visant un contingent supplémentaire de 100 000 kg. Le Nouveau-Brunswick soutenait que le contingent supplémentaire annulerait en partie la sanction de 200 856 kg imposée à la Nouvelle-Écosse pour surproduction en 1988. Le Conseil a accepté d'entendre cet appel. Toutefois, dans l'intervalle, l'OCCP a modifié sa résolution relative aux dommages-intérêts, permettant ainsi aux provinces qui surproduisent d'absorber l'ensemble de leur réduction de production en 1990. Dans ce contexte, la Nouvelle-Écosse a retiré sa demande spéciale, et le Nouveau-Brunswick a annulé son appel.

Le Conseil a approuvé par la suite un contingent de 102 680 307 kg pour la cinquième période, et un contingent global final de 518 385 908 kg pour 1989.

### Sanctions de surproduction

Pour les provinces membres et l'Alberta "non signataire", des sanctions au poids et en espèces s'appliquent lorsque le contingent annuel est dépassé. La sanction correspond au nombre de kilogrammes produits en trop, à quoi s'ajoutent

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU POULET (OCCP)

## Faits saillants de 1989-1990

### Situation de surproduction: suppression des sanctions au poids

Soucieux d'éliminer les perturbations résultant des réductions de contingent, l'OCCP a demandé au Conseil de convoquer une réunion des signataires et de les inviter à modifier l'Accord fédéral-provincial afin de supprimer l'exigence touchant les sanctions au poids pour ne laisser que des amendes. Une réunion a eu lieu en mars, mais le consentement unanime nécessaire des signataires n'a pas été obtenu.

Par la suite, le Conseil et l'OCCP ont rencontré les signataires qui avaient exprimé des inquiétudes au sujet de la suppression des sanctions au poids. On s'est entendu pour faire circuler un projet de modification visant à suspendre pendant deux ans l'application de ce type de sanction, période au cours de laquelle on réévaluera l'efficacité du nouveau régime d'amendes.

### Demande de l'Alberta en vue d'adhérer au plan national

En 1989, la province de l'Alberta a présenté une demande officielle d'adhésion à l'Accord fédéral-provincial sur le poulet. En vertu de cet accord, toute modification apportée au plan de commercialisation nécessite le consentement unanime de tous les signataires. Une fois cette étape franchie, le Conseil demandera au Ministre fédéral de l'Agriculture de recommander la modification de la Proclamation de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

À la fin de mars, deux provinces n'avaient toujours pas signé.

## Demande d'adhésion des Territoires du Nord-Ouest

Les Territoires du Nord-Ouest se montrent depuis un certain temps intéressés à devenir membre du Plan national de commercialisation du poulet. Comme l'OCCP a appuyé leur candidature et s'est engagé à leur accorder environ 1 million de kilogrammes, ils ont demandé au Conseil de convoquer une réunion des signataires afin de leur soumettre le projet d'adhésion.

À la fin de mars, le Conseil a tenu une réunion des signataires, et les Territoires du Nord-Ouest ont alors présenté un document de travail sur leur proposition.

Selon certains signataires, plusieurs questions touchant la proposition des Territoires du Nord-Ouest nécessitent des éclaircissements supplémentaires. Les Territoires du Nord-Ouest cherchent en ce moment à répondre à ces inquiétudes.

### Régime de sanctions par périodes

Le Conseil, les gouvernements provinciaux et d'autres segments de l'industrie de la volaille ont depuis un certain nombre d'années fait part à l'OCCO de leurs inquiétudes au sujet de l'inefficacité de son régime de sanctions.

Reconnaissant le besoin d'un régime plus efficace que le système annuel, l'OCCP a mis en place pour la campagne de 1990 un régime de sanctions par périodes.

Celui-ci devrait permettre un meilleur contrôle de la production. Toutefois, de l'avis du Conseil, un régime plus efficace devrait également s'attaquer à la sous-production. S'il n'y a pas de pression sur les provinces qui produisent sciemment moins que leur contingent, celles-ci n'auront pas intérêt à se départir des contingents inutilisés et on ne pourra pas atteindre les niveaux de production nationaux préétablis.

**TABLEAU 7**  
**DINDONS**  
**PRÉLÈVEMENTS**  
**1987 - 1989**

	1987					1988					1989				
	Province	Natio- nal	Pro- vincial	Taux total	Montant total	Natio- nal	Pro- vincial	Taux total	Montant total	Natio- nal	Pro- vincial	Taux total	Montant total		
			(cents par kg)		\$		(cents par kg)		\$		(cents par kg)		\$		
	C. B.	1.20	1.60	2.80	382,541	1.30	1.50	2.80	415,913	1.30	1.50	2.80	408,001		
	ALB.	1.20	0.83	2.03	240,100	1.30	0.83	2.13	253,131	1.30	1.00	2.30	266,991		
	SASK.	1.20	1.43	2.63	138,300	1.30	1.10	2.40	125,999	1.30	1.10	2.40	129,586		
	MAN.	1.20	1.80	3.00	311,415	1.30	1.80	3.10	335,680	1.30	1.80	3.10	337,304		
	ONT.	1.20	1.10	2.30	1,327,913	1.30	1.10	2.40	1,480,701	1.30	1.10	2.40	1,524,147		
	QUÉ.	1.20	0.80	2.00	651,780	1.30	1.70	3.00	976,130	1.30	1.70	3.00	1,000,701		
	N.-B.	1.20	1.68	2.88	59,953	1.30	1.68	2.98	71,290	1.30	1.60	2.90	72,155		
	N.-É.	1.20	1.30	2.50	89,726	1.30	1.45	2.75	103,092	1.30	1.45	2.75	104,758		
CANADA- TOTAL					3,201,728				3,761,936				3,843,643		

Source: OCOD, Agriculture Canada

Note: Les montants ont été calculés en convertissant d'abord la production provinciale (poids - éviscéré) en poids-vif (facteur utilisé: 1.2195), puis en multipliant ce nombre par le taux de prélèvement total par kg.

TABLEAU 6  
DINDONS

ATTRIBUTION DE CONTINGENTS AUX PROVINCES  
1986 – 1989

PROVINCE	1986		1987		1988		1989		1989 Nombre de producteurs
	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	
	(en milliers kg)	%	(en milliers kg)	%	(en milliers kg)	%	(en milliers kg)	%	
C.-B.	10,089	9.798	11,203	9.963	11,919	10.279	11,938	10.219	59
ALB.	8,895	8.639	9,699	8.626	9,983	8.609	10,055	8.607	77
SASK.	4,068	3.951	4,312	3.835	4,472	3.857	4,473	3.829	28
MAN.	8,010	7.779	8,512	7.570	8,562	7.384	8,544	7.314	78
ONT.	43,691	42.432	47,343	42.104	48,732	42.027	49,511	42.381	163
QUÉ.	24,715	24.003	26,723	23.766	26,856	23.161	26,871	23.001	149
N.-B.	1,381	1.341	1,707	1.518	2,266	1.954	2,266	1.940	17
N.-É.	2,118	2.057	2,943	2.617	3,165	2.730	3,165	2.709	19
CANADA- TOTAL	102,967	100.000	112,442	100.000	115,955	100.000	116,823	100.000	590

Source: OCCD - Règlement de contingentement

Note: Les quantités ont été converties du système impérial au système métrique et ensuite arrondies au mille près.  
Poids - éviscéré.

**TABEAU 5**  
**DINDONS**

**STATISTIQUES SUR LA COMMERCIALISATION**  
**1988 - 1989**

	Dindons à griller			Dindes			Dindons (8 kg et plus)			TOTAL		
	Variation en %			Variation en %			Variation en %			Variation en %		
	1988	1989	1988-1989	1988	1989	1988-1989	1988	1989	1988-1989	1988	1989	1988-1989
	(en milliers kg)			(en milliers kg)			(en milliers kg)			(en milliers kg)		
STOCKS DU DÉBUT	2,785	3,842	37.95	3,458	3,778	9.25	9,485 **	7,278 **	-23.27	15,728	14,898	-5.28
PRODUCTION INTÉRIEURE	34,598	36,598	5.78	29,904	33,534	12.14	48,092	43,995	-8.52	117,418	119,410	1.70
IMPORTATIONS												
- SUJETS VIVANTS	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	831	1,275	53.43	831	1,275	53.43
- CARCASSES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	40	165	312.50	40	165	312.50
- AUTRES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	1,117	2,266	102.86	1,117	2,266	102.86
APPROVISIONNEMENTS	37,383	40,440	8.18	33,362	37,312	11.84	59,565 *	54,979 *	-7.70	135,134	138,014	2.13
EXPORTATIONS												
- SUJETS VIVANTS	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	0	0	S.O.	0	0	S.O.
- CARCASSES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	208	186	-10.58	208	186	-10.58
- AUTRES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	4,570	5,892	28.93	4,570	5,892	28.93
APPROVISIONNEMENTS TOTAUX	37,383	40,440	8.18	33,362	37,312	11.84	54,787 *	48,901 *	-10.74	130,356	131,936	1.21
STOCKS DE LA FIN	3,842	3,078	-19.89	3,778	2,635	-30.25	7,278	5,620	-22.78	14,898	11,333	-23.93
CONSOMMATION INTÉRIEURE	33,541	37,362	11.39	29,584	34,677	17.22	47,509 *	43,281 *	-8.90	115,458	120,603	4.46

Source: Agriculture Canada

\* Comprenant les parties de dindon.

\*\* Comprenant les quantités destinées à la transformation de second cycle.

179 000 \$. Au début de 1989, le fonds de l'OCDD était de 516 000 \$; à la fin de l'année, il était monté à 695 000 \$.

En octobre 1989, le Conseil a accepté le budget de l'OCDD pour 1990, soit 1,811 million de dollars de dépenses, 1,889 million de dollars de revenus et un excédent de 78 000 \$. La publicité, la promotion et le développement des marchés, avec 46% du budget, continueront de représenter les postes les plus importants.

#### Problèmes à résoudre:

- ° Etablissement d'un régime de sanctions par périodes.
- ° Modification de l'Accord fédéral-provincial pour y intégrer la politique de croissance de l'élevage-multiplication et celle de l'élevage primaire.

## Politique de croissance de l'élevage-multiplication

La politique de l'OCCD concernant l'élevage-multiplication a été élaborée en réponse aux problèmes communs affectant les éleveurs-multiplicateurs canadiens, notamment le fait que la croissance des ventes d'œufs d'incubation et de dindonneaux sur les marchés intérieurs et étrangers était freinée par le contingentement des ventes de dindons adultes de reproduction. Cette nouvelle politique, qui nécessite la modification de l'Accord fédéral-provincial, autorise les offices provinciaux à déposer auprès de l'OCCD, au nom de leurs producteurs de dindons adultes, des demandes de contingents supplémentaires pour ce type de dindons. Ces contingents supplémentaires faciliteraient l'augmentation des ventes de dindons adultes, qui accompagne l'accroissement des ventes d'œufs d'incubation et de dindonneaux.

En juillet 1989, le Conseil a approuvé en principe les modifications fédérales-provinciales proposées par l'OCCD en matière de contingents d'élevage-multiplication et il a accepté de faire parvenir l'accord modifié aux signataires provinciaux du plan de commercialisation du dindon afin qu'ils le signent.

## Prélèvements

Les frais d'administration de l'OCCD sont payés grâce à un prélèvement perçu en son nom par les offices de commercialisation du dindon de chaque province. Ce prélèvement est inclus dans la formule du coût de production de l'OCCD, utilisée comme guide par les offices provinciaux pour négocier les prix à la production avec les transformateurs. Le prélèvement doit être approuvé par le Conseil.

À une réunion tenue en octobre 1990, le Conseil a approuvé la reconduction en 1990 du taux de prélèvement existant qui était de 1,3 cent le kilogramme (poids vif).

## Résultats financiers

Le revenu tiré des prélèvements en 1989 s'est élevé à 1,89 million de dollars, y compris l'intérêt et les amendes pour surproduction, ce qui représente une hausse de 1,6% par rapport à l'année précédente. Les dépenses totales ont été de 1,76 million de dollars, laissant un solde de

L'entente de promotion prévoit une répartition des contingents de 1989 entre les provinces, par catégories de production et par périodes de l'année en fonction de la demande sur le marché (régime de sanctions par périodes). Toutefois, les administrateurs de l'OCCD n'ont pas pu s'entendre sur un mécanisme connexe devant assurer l'application de l'entente.

En 1989, la production excédentaire a atteint 423 688 kilogrammes. L'Ontario, la Colombie-Britannique et le Québec ont produit 49,3%, 31,8% et 18,9% de ce total respectivement. Conformément à l'entente de promotion, ces provinces subiront une réduction de production correspondante l'année suivante, en plus d'une amende totale de 76 371 \$.

## Répartition du contingent de 1990

Le Conseil a approuvé au préalable, à sa réunion des 25 et 26 juillet 1989, le contingent provisoire de 118,4 millions de kilogrammes.

Lors de cette même réunion, le Conseil a également approuvé une modification de l'ordonnance de contingentement applicable à la dernière période, c'est-à-dire du 31 décembre au 30 avril. Cette modification était nécessaire pour que la production satisfasse à la demande du marché.

Suite à la demande que lui avait adressée l'OCCD concernant l'approbation de la délégation du pouvoir de fixer les contingents, le Conseil a transmis les documents nécessaires au gouverneur en conseil durant le mois d'octobre 1989. Approuvée par le Cabinet en février 1990, la délégation du pouvoir de fixer les contingents autorise les offices provinciaux de commercialisation à exécuter au nom de l'OCCD les fonctions de répartition et d'administration des contingents de commercialisation du dindon sur le marché interprovincial et d'exportation.

L'OCCD a établi, pour 1990-1991, un contingent de 121,3 millions de kilogrammes excluant les quantités allouées au segment de l'élevage primaire et de la reproduction-multiplication. Couvrant la période du 1<sup>er</sup> mai 1990 au 30 avril 1991, ce contingent a été examiné par le Conseil à sa réunion du 2 mars 1990 et a reçu alors l'approbation préalable. L'accroissement de contingent était nécessaire pour satisfaire aux besoins du marché.

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON (OCCD)

## Gestion des approvisionnements

### Modalités de fixation des contingents

L'OCCD fixe un objectif provisoire de production, c'est-à-dire un contingent, environ 6 mois avant le début de chaque année civile. Ce total provisoire est partagé entre les provinces et cela donne aux producteurs le temps de planifier leur production pour les premiers mois de l'année qui vient. L'OCCD établit ensuite définitivement le total national et les parts provinciales afin de s'assurer que la demande annuelle totale sera satisfaite. Pour établir l'objectif de production définitif, on tient compte de la quantité de produit congelé qui se trouve en entrepôt au 1<sup>er</sup> janvier et de sa composition par poids.

L'OCCD tient compte également des recommandations de son Comité consultatif et de son Comité de production lorsqu'il établit ses objectifs de production annuels. Le Comité consultatif représente tous les segments du secteur du dindon de même que le Gouvernement et les consommateurs. Quant au Comité de production, il est formé d'administrateurs de trois offices provinciaux de commercialisation du dindon.

La répartition du contingent entre les provinces est établie en fonction des parts fondamentales du marché énoncée dans le Plan de commercialisation du dindon. Ces parts du marché reposent sur les niveaux de production prévalant au moment de la fondation de l'OCCD (contingent de base). Toute augmentation de la production (contingent en sus de la base) doit être répartie selon les critères énumérés dans le Plan de commercialisation, comme l'avantage comparé de production.

Avant qu'une ordonnance de contingentement puisse être appliquée, elle doit d'abord être approuvée par le Conseil. L'OCCD doit fournir des documents pour justifier le niveau des contingents

### Contingent de 1989

À sa réunion des 2 et 3 mai 1989, le Conseil a approuvé au préalable le contingent global définitif de l'OCCD de 1989, fixé à 116,8 millions de kilogrammes, ainsi que la répartition entre les provinces.

Le Conseil a exprimé certaines inquiétudes au sujet du régime de sanctions de l'OCCD. Le Conseil est d'avis qu'un régime plus rigoureux de sanctions financières permettrait de mieux atteindre l'objectif d'empêcher les provinces de produire plus que leur contingent. Or, le régime de sanctions de l'OCCD consiste essentiellement à réduire le contingent provincial, établi pour l'année en cours, d'une quantité égale à la surproduction de l'année précédente en plus d'affliger à cette province une amende de 22 cents le kilogramme pour l'excédent. Ce régime possède l'inconvénient de causer une pénurie durant l'année d'application de la sanction.

### Sanctions de surproduction

En vertu d'une entente de promotion renouvelée annuellement entre l'OCCD et les offices provinciaux de commercialisation du dindon, les provinces qui dépassent leur contingent sont soumises à des sanctions financières (dommages-intérêts) de 22 cents le kilogramme (poids éviscéré) et à des réductions de production égales à la quantité surproduite.

En 1988, le secteur a ajouté à son entente de promotion une clause concernant la surproduction de dindons d'élevage-multiplication. Cette clause prévoit aussi des sanctions de 33 cents le kilogramme à payer par les provinces.

# TABEAU 4

## OEufs

### PRÉLÈVEMENTS

1989

Province	Prélèvement à la consommation (ajouté au coût de production)	Prélèvement à la production* (non ajouté au coût de production)	PRÉLÈVEMENT ADMINISTRATIF				Taux total de prélevement	Montant total estimatif des prélevements
			Prélèvement provincial			Taux total de prélevement		
			Prélèvement de l'OCCO* (ajouté au coût de production)	Ajouté au coût de production	Non ajouté au coût de production			
(en cents la douzaine)								
C.-B.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.21	15.51	8,306,914	
ALB.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	4,815,663	
SASK	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	2,376,308	
MAN.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	7,531,386	
ONT.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.50	15.80	25,061,052	
QUÉ.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	8,807,737	
N.-B.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	1,162,552	
N.-É.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.00	15.30	2,643,008	
I.-P.-É.	6.65	4.65	2.00	2.00	0.17	15.47	442,747	
T.-N.	6.65	4.65	2.00	2.00	1.00	16.30	1,378,555	

(en dollars)

8,306,914
4,815,663
2,376,308
7,531,386
25,061,052
8,807,757
1,162,552
2,543,008
442,747
1,378,555

NOTE: Les prix à la production sont calculés à partir de la révision mensuelle du coût de production fondé sur un relevé auprès des producteurs. Les activités des offices de commercialisation national et provinciaux sont payées au moyen de prélèvements qui sont ajoutés au coût de production - ou qui en sont retranchés - lors des mises à jour mensuelles.

\* Le prélèvement à la production (non ajouté au coût de production) est pondéré de façon à indiquer la hausse du prélèvement.

**TABLÉAU 3**  
**OEUFs**  
**PROGRAMME DE RETRAIT DES EXCÉDENTS**  
**1985 - 1989**

	1985	1986	1987	1988	1989
<b>EXCÉDENTS DESTINÉS AU MARCHÉ INTÉRIEUR</b>					
(en boîtes de 15 douzaines)					
ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS	2,430,610	2,391,780	2,372,625	2,718,248	3,654,108
(en millions de dollars)					
VENTES AUX TRANSFORMATEURS	24,095	24,715	19,281	21,509	35,994
COÛTS D'ÉCOULEMENT	41,102	37,650	35,813	46,431	64,324
PERTES	-17,006	-12,935	-16,532	-24,922	-28,330
(en dollars)					
COÛT MOYEN PAR BOÎTE	-6,997	-5,650	-6,968	-9,168	-7,753
<b>EXCÉDENTS DESTINÉS À L'EXPORTATION</b>					
(en boîtes de 15 douzaines)					
ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS	723,913	810,560	1,378,300	1,385,170	807,546
(en millions de dollars)					
RECETTES D'EXPORTATION	4,448	5,587	8,691	6,240	4,790
COÛTS D'ÉCOULEMENT	12,262	12,629	21,115	24,767	23,022 *
PERTES	-7,814	-7,042	-12,424	-18,527	-18,212
(en dollars)					
COÛT MOYEN PAR BOÎTE	-10,794	-8,688	-9,014	-13,375	-12,330

Source: OCCO

Note: Les données des années précédentes ont été révisées.  
\* Comprenant les chiffres du "programme de retrait des pondueuses".

# TABLEAU 2

## OEURS

### ATTRIBUTION DE CONTINGENTS AUX PROVINCES

#### 1986 - 1989

PROVINCE	1986		1987		1988		1989		1989
	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	
	(en milliers de douzaines)	%	(en milliers de douzaines)	%	(en milliers de douzaines)	%	(en milliers de douzaines)	%	
C.-B.	54,883	11.988	54,883	11.988	54,883	11.988	54,947	11.986	155
ALB.	39,634	8.657	39,634	8.657	39,634	8.657	39,681	8.656	230
SASK.	21,676	4.734	21,676	4.734	21,676	4.735	21,702	4.734	80
MAN.	51,947	11.347	51,947	11.347	51,947	11.347	52,009	11.346	240
ONT.	173,768	37.956	173,768	37.956	173,768	37.956	173,976	37.952	682
QUÉ.	75,393	16.468	75,393	16.468	75,393	16.468	75,484	16.467	175
N.-B.	9,386	2.050	9,386	2.050	9,386	2.050	9,426	2.056	22
N.-É.	18,697	4.084	18,697	4.084	18,697	4.084	18,720	4.084	40
I.-P.-É.	3,273	0.715	3,273	0.715	3,273	0.715	3,221	0.703	27
T.-N.	9,163	2.001	9,163	2.001	9,163	2.001	9,242	2.016	31
CANADA- TOTAL	457,820	100.000	457,820	100.000	457,820	100.000	458,408	100.000	1,682

Source: OCCO - Règlements de contingentement

**TABLEAU 1**  
**OEUFs**  
**STATISTIQUES SUR LES MARCHÉS**  
**1985 - 1989**

CHANGEMENT EN POURCENTAGE	(en milliers)					PLACEMENTS DE POUSINS (PONDESUS)
	1985	1986	1987	1988	1989	
1988-1989						-4.50

(en milliers de boîtes de 15 douzaines)						
PRODUCTION D'OEUFs	25,725	25,872	26,062	26,281	25,727	-2.11
-CATÉGORIE A	1,310	1,308	1,645	1,266	1,184	-6.48
-AUTRES CATÉGORIES	27,035	27,180	27,707	27,547	26,911	-2.31
IMPORTATIONS-CATÉGORIE A	426	478	359	288	452	56.94
TOTAL DES APPROVISIONNEMENTS	27,461	27,658	28,066	27,835	27,363	-1.70
CONSUMMATION	23,519	24,128	23,364	23,163	22,373	-3.41
TRANSFORMATION	3,036	2,742	3,280	3,287	4,174	26.99
EXPORTATIONS-CONSUMMATION	182	1	49	0	8	S.O.
UTILISATION TOTALE	26,555	26,870	26,644	26,450	26,547	0.37
(en tonnes (équiv. liquide))						
IMPORTATIONS-OEUFs TRANSFORMÉS	4,773	5,832	4,791	6,358	4,325	-31.98
EXPORTATIONS-OEUFs TRANSFORMÉS	8,181	6,253	9,528	11,401	7,310	-35.88
(en milliers de boîtes de 15 douzaines)						
EXCÉDENTS-CASSERIES	2,431	2,289	2,277	2,718	3,654	34.44
EXCÉDENTS-EXPORTATIONS	724	787	1,373	1,385	808	-41.66

Source: Agriculture Canada, OCCO

Note: Les données des années précédentes ont été révisées.

## Prélèvement administratif

En novembre 1989, le Conseil a souscrit à la décision de l'OCCO de maintenir le prélèvement administratif à 2 cents pour une période d'un an à compter du 1<sup>er</sup> janvier 1990.

En 1989, l'OCCO affichait un excédent administratif de 1,5 million de dollars, ce qui a fait passer le solde du compte d'administration de 3,0 millions de dollars au début de 1989 à 4,5 millions à la fin de l'année.

## Résultats financiers

En 1989, les frais administratifs totaux de l'OCCO se sont établis à 7,2 millions de dollars, et ses recettes totales, à 8,7 millions. La publicité et la promotion ont continué de représenter le plus important poste de dépenses, soit 3,2 millions de dollars ou 44 pour cent du total.

Pour 1990, l'OCCO prévoit un déficit de 0,4 million de dollars. Ses recettes devraient s'établir à 8,4 millions de dollars, et ses dépenses à 8,9 millions. La publicité et la promotion absorberont 44 pour cent du budget total.

En septembre 1989, l'OCCO a adopté un programme d'austérité visant à atténuer les pressions financières exercées par le déficit du compte d'élimination des excédents. Il a mis en place un certain nombre de mesures d'économie et décidé de suspendre sa campagne de promotion télévisée et de procéder à un examen de l'efficacité de son programme de publicité. Cela explique pourquoi l'OCCO a terminé 1989 avec un solde réel de 1,5 million de dollars, alors que le montant prévu était de 0,4 million. Comme le programme d'austérité demeurera en vigueur jusqu'en juin 1990, on s'attend que les dépenses réelles de 1990 soient sensiblement inférieures à celles prévues au budget. Pour cette raison, l'OCCO affichera un excédent de son compte administratif plutôt que le déficit prévu au budget.

## Problèmes à résoudre:

- ° La situation financière de l'OCCO
- ° Le transport interprovincial des oeufs de consommation
- ° Le comité technique de travail
- ° L'indemnité de classement et de maintenance des oeufs excédentaires
- ° La contestation des pouvoirs du Conseil par l'Alberta

Tous les prélèvements doivent être approuvés par le Conseil au moins une fois l'an.

### Prélèvement de péréquation du coût de production

Le Conseil a rencontré le président, le vice-président, le directeur général et le personnel de l'OCCO le 26 juillet 1989 pour discuter du projet de hausser de 2 cents la douzaine le prélèvement de péréquation du coût de production (c.-à-d., à la consommation). Il a alors expliqué sa position et ses inquiétudes à l'OCCO et demandé à rencontrer l'ensemble de son conseil d'administration. Ce dernier et les représentants des offices provinciaux ont rencontré le Conseil et les représentants des régies provinciales de surveillance le 22 août 1989 pour discuter du projet de hausse des prélèvements de l'OCCO.

À cette réunion, l'OCCO a négligé de présenter une proposition globale de redressement financier à l'appui de sa demande de hausse de 2 cents du prélèvement de péréquation du coût de production. Le Conseil et les régies provinciales de surveillance l'ont informé que les futures demandes de modifications des ordonnances de prélèvement devront au minimum être accompagnées d'une proposition globale de redressement financier.

En septembre, l'OCCO a décidé de demander la reconduction pendant un an du prélèvement d'écoulement des excédents, à son niveau actuel de 12 cents. Même si le prélèvement total demeurait inchangé, l'OCCO proposait un remaniement des responsabilités à l'égard de l'élimination des excédents.

Le Conseil, à sa réunion des 3 et 4 octobre 1989, a refusé d'approuver au préalable la modification proposée par l'OCCO à l'ordonnance sur les redevances à payer pour l'achat des oeufs au Canada, qui visait à prolonger jusqu'au 29 décembre 1990 la période d'application des prélèvements à leur niveau actuel. Le Conseil a informé l'OCCO que, même s'il estimait que le prélèvement combiné de 12 cents pour l'élimination des excédents était à l'heure actuelle à un niveau approprié, il n'était pas d'accord avec le partage des responsabilités proposé par l'OCCO entre le prélèvement de péréquation du coût de production et le prélèvement à la production.

À sa réunion des 25 et 26 octobre 1989, l'OCCO a décidé de demander une reconduction pendant un an du prélèvement d'élimination des excédents à son niveau actuel de 12 cents. Il a également proposé que la répartition actuelle des responsabilités entre les consommateurs et les producteurs soit maintenue. Cela signifie que le prélèvement de péréquation du coût de production sera maintenu à 7 cents, et que le prélèvement à la production demeurera à 5 cents. L'OCCO a également convenu que, pour 1990 seulement, une tranche de 2 cents du prélèvement à la production de 5 cents devrait être versée dans le compte du prélèvement à la consommation. Toutefois, la responsabilité des consommateurs ne sera pas plafonnée à 15 pour cent de la consommation d'oeufs frais de l'année précédente, ce qui signifie que le compte du prélèvement de péréquation du coût de production continuera de servir pour toutes les ventes au segment de la transformation au Canada.

Le compte de péréquation du coût de production accusait un déficit de 20,3 millions de dollars à la fin de 1989, en regard d'un déficit prévu de 13,2 millions à la fin de 1990.

### Prélèvement à la production

En novembre 1989, le Conseil a approuvé une reconduction pendant un an du prélèvement à la production à son niveau actuel de 5 cents. Toutefois, l'OCCO a accepté que, pour 1990 seulement, une tranche de 2 cents de ce prélèvement soit transférée au compte du prélèvement de péréquation du coût de production. Par conséquent, les recettes du fonds des producteurs se limiteront à 3 cents la douzaine en 1990.

Le compte du prélèvement à la production affichait un solde de 9,2 millions de dollars à la fin de 1989, en regard d'un solde prévu de 11,8 millions à la fin de 1990.

## Gestion des approvisionnements

immédiatement supprimé. La FEDCO a précisé que, si le programme était maintenu, elle déposerait une plainte auprès du Conseil en vertu de l'alinéa 7(1)f) de la Loi.

### Contingents

Malgré les réductions de contingents effectuées en 1988, le volume des excédents est demeuré élevé. En 1989, 4,5 millions de boîtes d'œufs ont été déclarées excédentaires, en regard de 4,2 millions en 1988.

Le Conseil, à sa réunion de novembre, a donné l'approbation préalable au projet de l'OCCO de réduire le contingent de 2 pour cent à compter du 1<sup>er</sup> mai 1990. On a également révisé l'effectif de ponduses non réglementé compris dans le contingent à la lumière des plus récentes données de Statistique Canada. La période d'application du plan de contingentement a été prolongée de douze mois, à compter de mai 1990.

Le Conseil continue de croire qu'avec la création de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair en novembre 1986, la situation juridique oblige l'OCCO à trouver un moyen d'extraire la composante "œufs d'incubation de poulet à chair" du contingent de base qui, depuis la fondation de l'OCCO, a toujours compris tous les œufs.

### Prélèvements

Deux prélèvements sont inclus dans la formule de calcul des coûts de production que l'OCCO utilise pour fixer les prix à la production des œufs de catégorie A gros. L'un couvre les frais d'administration de l'OCCO, tandis que l'autre, appelé prélevement de péréquation du coût de production (prélèvement à la consommation), sert à financer son programme d'écoulement des excédents. Les producteurs paient également un prélèvement pour financer les ventes à l'exportation des œufs excédentaires non achetés par les transformateurs. Ce prélèvement n'est pas transmis aux consommateurs dans les prix à la production des œufs.

1989, le Conseil a rencontré les représentants du gouvernement de l'Ontario, de l'Office de commercialisation des œufs de l'Ontario et de l'OCCO, conformément au paragraphe II (c) de l'Accord fédéral-provincial. Après avoir pesé et évalué l'information fournie par toutes les parties, le Conseil, dans une lettre en date du 31 août 1989 adressée au président intermédiaire de l'OCCO et au président de l'Office de commercialisation des œufs de l'Ontario, a déclaré qu'il n'était pas persuadé que le programme de l'Ontario violait les engagements de l'Accord fédéral-provincial, compte tenu du fait qu'un arrêt de production obligatoire représente une période au cours de laquelle un producteur ne sera pas autorisé à détenir des ponduses.

### Poursuite du débat sur le transport interprovincial des œufs

À la demande des administrateurs du Québec, de l'Ontario et du Manitoba, l'OCCO a décidé de cesser, à compter du 1<sup>er</sup> février 1990, de subventionner le transport interprovincial des produits non classés. On estimait que ce programme avait atteint ses objectifs et n'était plus nécessaire. L'OCCO a convenu de continuer à subventionner le transport interprovincial des produits classés entre le Manitoba et l'Ontario, lorsque cela répond à un besoin.

Le 26 janvier 1990, un appel en vertu de l'alinéa 7(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme a été déposé au nom de l'Association des transformateurs d'œufs de l'Ontario. Celle-ci contestait la décision de l'OCCO de mettre un terme au programme de subventions au transport interprovincial des œufs du Manitoba. La date pour l'audition de cette plainte a été fixée au 16 février 1990.

Le 13 février dernier, l'OCCO a décidé de remettre le programme en place jusqu'au 31 juillet. Un expert-conseil examinera ce dernier et fera rapport à l'OCCO en mai. À la réception de ce rapport, celui-ci décidera de l'avenir du programme. Compte tenu de la décision de l'OCCO, l'Association des transformateurs d'œufs de l'Ontario a retiré son appel auprès du Conseil.

Le 20 février 1990, la Fédération des producteurs d'œufs du Québec (FEDCO) a fait valoir auprès de l'OCCO que les subventions étaient illégales et injustifiées sur le plan économique. Elle a par conséquent demandé que le programme soit

Y avait lieu ou non de la tenir. En juin 1989, à la lumière des recommandations du jury, le Conseil a décidé de ne pas tenir d'audience officielle sur la plainte de l'ACC.

Cette décision a été prise conformément à l'article 2c) des **Lignes directrices pour le traitement des plaintes déposées en vertu de la Loi**, adoptées en octobre 1988. Le Conseil était d'avis qu'entendre la plainte de l'ACC équivaudrait à réexaminer des questions qui ont déjà été abordées par le rapport du Comité ministériel de 1987 et le Comité de liaison chargé de mettre en oeuvre les recommandations de ce dernier. Le Conseil estimait également que l'ACC n'avait pas fourni d'information nouvelle susceptible de justifier un nouvel examen de la question des prélèvements et de l'élimination des excédents.

En dépit de cette décision, le Conseil souhaitait ardemment offrir à l'ACC l'occasion de formuler ses inquiétudes. Il a donc accepté de tenir une réunion, en septembre 1989, avec l'ACC et l'OCCO afin d'élaborer un protocole de rencontres qui permettrait de résoudre la question de la montée des coûts du programme d'élimination des excédents. En septembre, l'ACC a demandé que cette réunion soit reportée.

### **Plainte du CTOV contre la décision de réduire d'un cent le prix de rachat des excédents**

En mars 1989, le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaille (CTOV) a déposé une plainte contre la décision de l'OCCO de réduire d'un cent le prix de rachat des oeufs excédentaires, décision qui a entraîné une baisse de l'indemnité au titre des coûts de classement. Le CTOV a soutenu que cette décision de l'OCCO occasionnerait des difficultés financières aux classeurs d'oeufs.

Le Conseil a entendu la plainte le 4 mai 1989, conformément à l'alinéa 7(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation de produits de ferme.

Le Conseil a entériné le rapport du jury touchant la plainte du CTOV. Il a recommandé que l'OCCO et le CTOV collaborent pour en arriver à une entente, d'ici au 31 décembre 1989, sur une formule de calcul des droits de classement dont on pourra s'inspirer à l'avenir pour la planification et la reddition de comptes. À la lumière de la preuve fournie, le Conseil n'était pas convaincu

que des difficultés financières avaient été occasionnées par la réduction du prix de rachat.

### **Contestation du pouvoir du Conseil par l'Alberta**

Le 2 janvier 1990, l'Alberta Egg and Fowl Marketing Board (l'Office de l'Alberta) a annoncé son intention de contester en cour la décision du Conseil et la façon dont il exerce ses pouvoirs à l'égard de l'OCCO. L'Office de l'Alberta est insatisfait de la façon dont les décisions du Conseil influent sur l'administration de l'Accord fédéral-provincial sur les oeufs.

Le Conseil est d'avis que l'article 6 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, qui décrit ses fonctions, inclut l'examen des activités des offices pour faire en sorte que ces dernières soient menées conformément à leur mission. Un élément de cette mission consiste à "veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs du ou des produits réglementés". Il incombe au Conseil d'assumer un rôle de surveillance pour garantir que les offices respectent cette exigence réglementaire. Dans ce contexte, la mise en place et l'administration des prélèvements des offices intéressent le Conseil.

### **Offre de l'Office de l'Ontario à ses producteurs : arrêt de production obligatoire de deux semaines plutôt qu'une réduction de 2 pour cent**

En réaction à la réduction de 2 pour cent du contingent entrant en vigueur le 6 août 1989, l'Office de commercialisation des oeufs de l'Ontario offre à ses producteurs la possibilité d'un arrêt de production obligatoire de deux semaines. L'OCCO reconnaît que, en vertu de cette proposition, l'Ontario réduira le contingent de 2 pour cent et ne s'exposera pas nécessairement aux sanctions. Toutefois elle s'oppose à cette option car elle ne cadre pas avec la modification de 1984 relative aux sanctions.

Le 23 juin 1989, l'OCCO a déposé une plainte auprès du Ministre provincial de l'Agriculture, de la Commission ontarienne de commercialisation des produits agricoles et du Conseil en vertu du paragraphe II c) de l'Accord fédéral-provincial.

Comme les parties ne pouvaient résoudre leur différend, on a demandé au Conseil de convoquer une réunion limitée des signataires. Le 23 août

# RAPPORT SUR LES ACTIVITÉS

## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS (OCCO)

### Faits saillants de 1989-1990

#### Légère amélioration de la position financière de l'OCCO

Dans le cadre de son programme d'élimination des excédents, il incombe à l'OCCO d'acheter les excédents auprès des producteurs et de les revendre aux casseries canadiennes ou sur les marchés d'exportation. Le prix des oeufs excédentaires vendus aux casseries canadiennes à des fins d'utilisation au Canada est déterminé en fonction d'un prix américain équivalent, selon la formule Urner-Barry. Quant aux oeufs destinés aux marchés étrangers, ils sont vendus au soumissionnaire qui offre le meilleur prix, lequel est généralement inférieur à celui de la formule Urner-Barry.

En 1989, le déficit combiné des comptes d'élimination des excédents de l'OCCO est passé de 14,4 millions de dollars au début de la campagne à 11,1 millions à la fin de cette dernière. Le redressement financier s'est poursuivi en 1990 et, au cours du premier trimestre, le déficit combiné a été ramené à quelque 9,5 millions de dollars.

Compte tenu des difficultés financières permanentes de l'OCCO, les organismes de surveillance provinciaux ont proposé qu'il adopte certaines mesures sous la surveillance du Conseil. La première proposition était de demander à une tierce partie d'évaluer, par la méthode de la piste de vérification, l'intégrité du système de vérification de l'effectif réglementé de ponduses. La Société Coopers and Lybrand Consulting Group a été choisie pour effectuer cette évaluation. Son rapport final, qui a été rendu public en juillet 1989, révèle que le programme d'inventaire des ponduses représente une méthode économique et efficace de gérer l'effectif réglementé. La seconde mesure consistait à créer un comité technique chargé d'étudier les avantages d'un

système d'établissement des prix des oeufs de transformation en fonction de l'utilisation finale. Ce comité s'est réuni à un certain nombre de reprises pour jager les possibilités d'un tel système, mais ses constatations n'ont pas été concluantes.

La question du recours aux consommateurs d'oeufs frais pour subventionner la croissance de l'industrie de la transformation intérieure demeure une pierre d'achoppement pour les signataires. Par conséquent, en novembre 1989, le Conseil et les régies provinciales de surveillance étaient unanimes à souhaiter la mise en place, avec le concours de l'OCCO, d'un groupe de travail technique. Celui-ci a vu le jour en décembre 1989. On lui a confié le mandat d'étudier la faisabilité d'accorder aux producteurs d'oeufs le plein recouvrement de leurs coûts de production pour tous les oeufs destinés au marché intérieur, peu importe qu'ils soient vendus aux fins de consommation ou de transformation. Comme objectif secondaire, on a demandé au groupe de définir les options de programmes qui cadreraient le mieux avec les résultats et conclusions de son travail d'analyse. Le groupe de travail technique devrait déposer ses recommandations à la fin de septembre 1990.

#### Décision du Conseil de ne pas entendre la plainte de l'ACC

Le 21 février 1989, le Conseil a reçu une plainte de l'Association des consommateurs du Canada (ACC) qui se disait inquiète de la proposition de l'OCCO visant à faire passer de 5 à 7 cents la douzaine d'oeufs le prélèvement de péréquation du coût de production.

Après consultation des deux parties, une audience en vertu de l'alinéa 7(1)f) de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme avait été prévue pour le 1er juin 1989. Toutefois, après avoir reçu une lettre de l'OCCO alléguant que la plainte de l'ACC devrait être rejetée, le jury a décidé de reporter l'audience et d'entendre plutôt des arguments de procédure afin de déterminer s'il

## MESSAGE DU PRÉSIDENT

À titre de président du Conseil national de commercialisation des produits agricoles, j'ai eu l'occasion de m'entretenir durant l'année avec un grand nombre de personnes du secteur agro-alimentaire. Chaque rencontre a donné lieu à des discussions portant sur un certain nombre d'inquiétudes.

L'évolution des marchés intérieur et mondial a amené les intervenants du secteur agro-alimentaire à se poser de nouvelles questions. Au premier plan de celles-ci, on retrouve la détermination des nouveaux défis que, dans le climat actuel, devront relever ceux qui s'occupent de gestion des approvisionnements. Comme corollaire à cette question, on se demande aussi comment le secteur, dans son ensemble, s'ajustera et tirera profit de cette évolution du marché.

Je crois que ce sont là les questions qui doivent faire l'objet d'un examen dans l'ensemble du secteur. C'est d'ailleurs le motif qui a poussé le Conseil national de commercialisation des produits agricoles à lancer une série de mesures visant à réunir les nombreux intervenants du secteur afin d'amorcer les discussions en la matière. Le Colloque sur la commercialisation pour le secteur de la volaille et des oeufs, qui a eu lieu en novembre, s'inscrivait dans ce sens. Plus de 200 personnes représentant les producteurs, les offices canadiens, les transformateurs de premier cycle, le commerce de détail, le secteur des services alimentaires, les consommateurs et les gouvernements, tant du palier fédéral que provincial, se sont réunies pour partager leurs points de vue et mettre en commun leur expérience, leurs inquiétudes et leurs éléments de solution.

Le Conseil croit que le processus de consultation entre tous les segments du secteur nous aidera à nous adapter à ce marché en évolution et à tirer profit des nouvelles occasions d'affaires. Comme le fait le Groupe de travail sur la compétitivité dans le secteur agro-alimentaire, nous soulignons la nécessité d'élaborer et de cultiver des relations de coopération entre tous les segments du secteur.

À titre de membre du Groupe de travail sur la volaille, deux choses ne manquent pas de me frapper lorsque je parle avec les gens. D'abord, la plupart des intervenants du secteur admettent que le changement est inévitable; ensuite, la conviction que le secteur agro-alimentaire peut s'adapter aux marchés en évolution et demeurer ainsi compétitif.

J'ai grande confiance que les années 90 s'avèreront prospères du fait que nous aurons su travailler ensemble dans le secteur agro-alimentaire, que nous aurons cherché collectivement les ressources nécessaires à notre survie dans un monde en évolution et que nous les aurons trouvées.

Ralph J. Barrie



# TABLE DES MATIÈRES

PAGE	
4	MESSAGE DU PRÉSIDENT
5	RAPPORT SUR LES ACTIVITÉS
5	Office canadien de commercialisation des oeufs
14	Office canadien de commercialisation du dindon
20	Office canadien de commercialisation du poulet
28	Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair
34	Budgets des offices nationaux
35	Coût de production et détermination des prix
37	SURVOL ADMINISTRATIF
38	État financier
39	GLOSSAIRE
43	LE CONSEIL EN 1989-1990

Le Conseil national de commercialisation des produits agricoles a été créé en 1972 aux termes de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (la Loi); son mandat consiste à superviser les offices chargés d'appliquer les plans nationaux et régionaux de commercialisation. La Loi autorise les producteurs agricoles (autres que ceux du lait industriel et du blé) à élaborer des plans nationaux ou régionaux de commercialisation. Seuls les oeufs, la volaille et le tabac peuvent faire l'objet d'un plan comprenant la gestion des approvisionnements. On compte aujourd'hui quatre offices canadiens de commercialisation (oeufs de consommation, dindon, poulet et oeufs d'incubation de poulet à chair).

Le Conseil tient le Ministre de l'Agriculture informé de tout ce qui touche la création, le fonctionnement et le rendement des offices de commercialisation. Le Conseil travaille de concert avec les organismes et les gouvernements provinciaux à promouvoir des méthodes plus efficaces de mise en marché des produits réglementés, dans le commerce interprovincial et d'exportation. Le Conseil dispose du pouvoir de convoquer des audiences publiques consacrées à toute question relative aux activités ou à un aspect des activités d'un office ou encore à des projets d'établissement d'un nouvel office. Dans le cadre de ces audiences, le Conseil est nanti des mêmes pouvoirs qu'un commissaire aux termes de la Partie I de la Loi sur les enquêtes.



National Farm Products  
Marketing Council  
Conseil national de commercialisation  
des produits agricoles

270 Albert Street  
P.O. Box 3430, Station D  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

270 rue Albert  
C.P. 3430, station D  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

L'honorable Don Mazankowski, député  
Ministre de l'Agriculture  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0A6

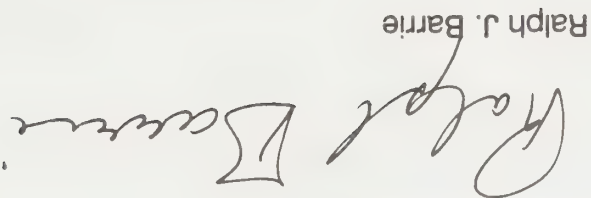
Monsieur le Ministre,

Conformément à l'article 16 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de  
terme, j'ai l'honneur de vous présenter, sous ce pli, le rapport annuel du Conseil national  
de commercialisation des produits agricoles pour l'exercice 1989-1990.

Le Conseil saisit l'occasion pour souligner le dévouement et les efforts louables de son  
personnel. Il tient de plus à exprimer sa gratitude pour l'aide que lui ont apportée plusieurs  
organismes, notamment Agriculture Canada, qui ont collaboré à la mise en oeuvre de ses  
programmes durant l'année.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments distingués.

Le président,  
Conseil national de commercialisation des  
produits agricoles

  
Ralph J. Barrie

Canada

Juin 1990



# RAPPORT ANNUEL 1989-1990



Conseil national  
de commercialisation  
des produits agricoles

National  
Farm Products  
Marketing Council

Canada





Conseil national  
de commercialisation  
des produits agricoles

National  
Farm Products  
Marketing Council

Canada

**RAPPORT ANNUEL 1990-1991**





National Farm Products  
Marketing Council

270 Albert Street  
P.O. Box 3430, Station D  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

Conseil national de commercialisation  
des produits agricoles

270 rue Albert  
C.P. 3430, station D  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

L'honorable Bill McKnight, député  
Ministre de l'Agriculture  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0A6

Monsieur le Ministre,

Conformément à l'article 16 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, j'ai l'honneur de vous présenter, sous ce pli, le rapport annuel du Conseil national de commercialisation des produits agricoles pour l'exercice 1990-91.

Le Conseil saisit l'occasion pour souligner le dévouement et les efforts louables de son personnel. Il tient de plus à exprimer sa gratitude pour l'aide que lui ont apportée plusieurs organismes, qui ont collaboré à la mise en oeuvre de ses programmes durant l'année.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments distingués.

Le président,

Ralph J. Barrie

Juin 1991

# LE CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES EN 1990-1991

---

## Membres du Conseil

Ralph J. Barrie	Président
Lise Bergeron	Vice-président
Glenn Flaten	Membre Exécutif
Albert Vielfaure	Membre
Eric Hammill	Membre
Larry Moynahan	Membre
Peggy Smyth	Membre (nomé au mois de juin 1990)
Nigel Taylor	Membre (retraité au mois de juillet 1990)
Gordon Hunter	Membre (nomination expiré au mois de novembre 1990)

## Bureau du Conseil

Immeuble Martel,  
13e étage  
270, rue Albert  
Ottawa (Ontario)

## Adresse Postale

C.P. 3430, Succursale D  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

Téléphone: (613) 995-6752  
Télécopie: (613) 995-2097

# T A B L E D E S M A T I È R E S

<b>LE CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES</b> . . . . .	3
<b>MESSAGE DU PRÉSIDENT</b> . . . . .	5
<b>RAPPORT SUR LES ACTIVITÉS</b> . . . . .	7
<b>OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS</b> . . . . .	7
<b>OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON</b> . . . . .	16
<b>OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU POULET</b> . . . . .	22
<b>OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS D'INCUBATION DE POULET À CHAIR</b> . . . . .	30
<b>BUDGETS DES OFFICES NATIONAUX - 1990 &amp; 1991</b> . . . . .	36
<b>COÛT DE PRODUCTION ET DÉTERMINATION DES PRIX</b> . . . . .	37
<b>SURVOL ADMINISTRATIF</b> . . . . .	39
<b>ÉTAT FINANCIER DU CNCPA</b> . . . . .	40
<b>GLOSSAIRE</b> . . . . .	41

# CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES (CNCPA)

## HISTORIQUE

Le CNCPA a été établi en 1972 aux termes de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme. Selon la Loi, le Conseil doit se composer d'au moins trois et d'au plus neuf membres, dont la moitié au moins représente des producteurs du secteur primaire. Le but premier de la Loi est d'offrir un véhicule permettant de raccorder les pouvoirs de commercialisation des provinces, qui se limitent au commerce intraprovincial, et ceux du gouvernement fédéral, lequel régit le commerce interprovincial et d'exportation.

## MANDAT

Le mandat du Conseil est de maintenir et de promouvoir une commercialisation et une production fortes, efficaces et concurrentielles des produits agricoles en vertu des plans nationaux de commercialisation. Les intérêts de consommateurs, des producteurs et des autres parties doivent être pris en considération par le Conseil.

La Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme prévoit deux principaux genres d'offices - ceux qui régularisent les approvisionnements (actuellement limités aux oeufs, à la volaille et au tabac) et ceux qui ne les régularisent pas. On compte présentement quatre offices nationaux de commercialisation qui régularisent respectivement les approvisionnements en oeufs de consommation, en dindon, en poulet et en oeufs d'incubation de poulet à chair.

## RESPONSABILITÉS

Le Conseil n'est pas un organisme de réglementation. Il surveille et examine les activités des offices nationaux de commercialisation; il conseille le ministre fédéral de l'Agriculture sur toutes les questions relatives à l'établissement, au fonctionnement et à la performance des offices; il travaille également avec les offices et les gouvernements provinciaux afin de promouvoir une commercialisation plus efficace des produits réglementés.

Le Conseil examine les activités des offices pour s'assurer qu'ils n'abusent pas de leurs pouvoirs. Il peut agir en qualité d'intermédiaire entre le secteur primaire réglementé et les secteurs non réglementés. Il statue sur les disputes entre les offices et les signataires des accords fédéraux-provinciaux et entend les plaintes des tiers, comme les transformateurs et les consommateurs. En outre, le Conseil peut tenir des audiences publiques sur tout aspect des activités d'un office de même que sur une proposition visant l'établissement d'un nouvel office. Les pouvoirs du Conseil lors de ces audiences sont équivalents à ceux d'un commissaire nommé en vertu de la partie I de la Loi sur les enquêtes.

## COMPOSITION DU CONSEIL

Le Conseil se compose actuellement de sept membres désignés. Deux postes sont vacants.

Président	M. Ralph Barrie, Ontario
Vice-prés.	Mme Lise Bergeron, Québec
Membre exécutif	M. Glenn Flaten, Saskatchewan
Membre	M. Albert Vielfaure, Manitoba
Membre	M. Larry Moynahan, Ontario
Membre	M. Eric Hammill, I.-P.-E.
Membre	Mme Peggy Smyth, Ontario

### **OFFICES NATIONAUX DE COMMERCIALISATION**

La Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme pourvoit, avec l'approbation du gouverneur en conseil, la base juridique nécessaire à l'établissement d'un office. Elle autorise un office à exercer quelques-uns ou la totalité des pouvoirs qu'elle énonce, lesdits pouvoirs étant ensuite incorporés dans un plan de commercialisation. Un plan de commercialisation, qui explique la façon dont fonctionnera l'office, doit respecter les juridictions fédérales et provinciales. Le lien entre les juridictions s'établit au moyen d'un accord fédéral-provincial. Les signataires d'un accord fédéral-provincial incluent le ministre fédéral de l'Agriculture et le Conseil, ainsi que les ministres de l'Agriculture, les régies agricoles (ou organismes de surveillance) et les offices de commercialisation des provinces participantes. Les signataires se rencontrent périodiquement pour évaluer la performance d'un office, traiter les questions en cours et examiner des modifications à l'accord. Le consentement unanime des signataires est nécessaire pour modifier un accord fédéral-provincial (rarement atteint).

Les offices nationaux sont dirigés par un conseil d'administration composé de représentants des producteurs, choisis parmi les offices de commercialisation de chaque province participante. Toutes les provinces ne sont pas participantes: l'Office canadien de commercialisation des oeufs représente les dix provinces; l'Office canadien de commercialisation du dindon en représente huit (l'I.-P.-E. et T.-N. ne sont pas du nombre); l'Office canadien de commercialisation du poulet en représente neuf (la C.-B. n'en fait pas partie); l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair en représente cinq (sont exclus la Saskatchewan, le N.-B., la N.-E., l'I.-P.-E. et T.-N.). En plus des représentants des offices de commercialisation, on compte deux membres fédéraux nommés au conseil d'administration de l'office des oeufs, dont l'un est président. On retrouve également deux membres fédéraux dans les conseils des offices du poulet et des oeufs d'incubation de poulet à chair.

Tous les offices nationaux de commercialisation sont situés à Ottawa, à l'exception de l'Office canadien de commercialisation du dindon, qui se trouve à Brampton, en Ontario.

# MESSAGE DU PRÉSIDENT

L'année 1990 a été une période de réévaluation pour le secteur agricole canadien. En effet, plusieurs groupes de travail que le ministre de l'Agriculture a mis sur pied dans le but de procéder à un examen de la politique agricole se sont employés tout au long de l'année à formuler des recommandations sur de nombreux aspects, tels les programmes de sécurité du revenu pour les fermiers et la compétitivité au sein du secteur agro-alimentaire.

À titre de président du Conseil national de commercialisation des produits agricoles, j'ai été l'un des membres du groupe de travail qui s'est penché sur les systèmes de gestion des approvisionnements grâce auxquels est réglementée l'offre dans les secteurs de la volaille et des oeufs au Canada. Le Groupe de travail a présenté son rapport au ministre de l'Agriculture en mars 1991 et a recommandé que des changements soient apportés aux systèmes actuels, changements qui pourraient modifier l'image du Conseil national de commercialisation des produits agricoles.

Les recommandations en question visent une restructuration de la composition des membres du Conseil afin d'y inclure un plus grand nombre de non-producteurs et de mettre sur pied un tribunal d'appel indépendant. Le Groupe de travail a en outre formulé des recommandations en ce qui touche la représentation au sein des comités des offices nationaux de commercialisation.

Au cours de 1990-1991, le Conseil a participé à plusieurs nouvelles initiatives. Le Conseil, de concert avec l'Office canadien de commercialisation des oeufs, a mis sur pied, à la demande des signataires du plan sur les oeufs, un comité technique chargé d'examiner les activités de l'OCCO qui portent sur le programme national d'élimination des excédents, notamment sur la fixation des prix des produits agricoles.

L'enquête sur les pommes a également constitué l'une des principales activités du Conseil. En février 1990, un groupe de travail composé de pomiculteurs a présenté une proposition visant à établir un office national de commercialisation pour le secteur des pommes fraîches. Le Conseil, comme le stipule la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, a alors mené une enquête afin d'examiner le bien-fondé de cette proposition. Des audiences publiques ont été tenues dans toutes les régions canadiennes productrices de pommes au cours de l'été 1990. Un comité composé de membres du Conseil a été mis sur pied sous la présidence de M. Glenn Flaten; y participaient aussi Madame Lise Bergeron et Monsieur Gordon Hunter. Le comité a présenté son rapport au Conseil, et ce dernier a recommandé au ministre de l'Agriculture en mars 1991 l'établissement d'un office investi de pouvoirs en matière de gestion des approvisionnements dans le secteur des pommes fraîches.

.../2

L'année qui vient sera certes caractérisée par des changements, non seulement au Conseil mais dans l'ensemble du secteur agro-alimentaire. La situation qui prévaut sur les marchés mondiaux, le dénouement des négociations avec le GATT, le processus de consultation continu dans le cadre de l'Accord canado-américain de libre-échange de même que les discussions imminentes sur l'Accord commercial nord-américain constituent quelques-uns des facteurs marquants de cette situation de transformation.

Le Conseil est prêt à relever de nouveaux enjeux, et il se réjouit à l'idée de s'associer à l'ensemble du secteur dans le but de préparer l'agriculture des années 1990.

A handwritten signature in dark ink, reading "Ralph Barrie". The script is fluid and cursive, with the first name "Ralph" and last name "Barrie" clearly distinguishable.

Ralph. J. Barrie

# RAPPORT SUR LES ACTIVITÉS

## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS (OCCO)

La reprise financière de l'OCCO se poursuit tout au long de 1990

Dans le cadre de son programme d'élimination des excédents, il incombe à l'OCCO d'acheter les excédents auprès des producteurs et de les revendre ou bien aux casseries canadiennes qui les transformeront au Canada ou bien sur les marchés d'exportation. Le prix des oeufs excédentaires vendus aux casseries canadiennes est déterminé en fonction d'un prix américain équivalent, selon la formule Urner-Barry. Quant aux oeufs destinés aux marchés étrangers, ils sont vendus au soumissionnaire qui offre le meilleur prix, lequel est généralement inférieur à celui de la formule Urner-Barry.

La situation financière de l'OCCO s'est grandement améliorée en 1990. Au début de l'année, le compte d'élimination des excédents de l'OCCO accusait un déficit cumulé total de 11,1 millions de dollars, mais à la fin de l'année ce montant avait été réduit à 1,6 million de dollars. Ce dernier montant était néanmoins plus que compensé par un excédent de 5,8 millions dans le compte du prélèvement administratif. A la fin de 1990, l'OCCO n'avait plus recours aux emprunts externes de la banque. La situation financière de l'OCCO devrait continuer à se renforcer tout au long de 1991.

**Le comité technique de travail étudie les solutions de rechange pour approvisionner le secteur canadien de la transformation**

Le déplacement de la demande des oeufs de consommation vers le secteur

intérieur des oeufs de transformation a eu pour effet, au cours des dernières années, d'augmenter les frais engagés par l'OCCO pour son programme de rachat des oeufs excédentaires. À l'automne 1989, sur la recommandation des signataires, le Conseil et l'OCCO ont mis sur pied un comité technique de travail chargé d'examiner les solutions de rechange et les changements possibles au programme de rachat de l'OCCO. On a demandé au groupe d'évaluer le bien-fondé de la proposition d'accorder aux producteurs d'oeufs le coût de production intégral sur l'ensemble des oeufs produits pour le marché intérieur, qu'ils soient destinés aux marchés de la consommation ou de la transformation. Comme objectif secondaire, on a demandé au groupe de trouver, pour ce programme, les solutions de rechange qui répondraient le mieux aux constatations et aux conclusions résultant de l'analyse du groupe. Le Comité technique de travail s'est réuni tout au long de 1990 et au début de 1991, et son rapport final devrait être déposé au mois d'avril de cette année.

### Contestation des pouvoirs du Conseil par l'Alberta

Le 2 janvier 1990, l'Alberta Egg and Fowl Marketing Board a contesté auprès de la Cour fédérale la façon dont le Conseil exerce ses pouvoirs à l'égard de l'OCCO. L'Office de l'Alberta est insatisfait de la façon dont les décisions du Conseil influent sur l'administration de l'Accord fédéral-provincial sur les oeufs.

Au début de 1991, le demandeur a présenté à la Cour fédérale un exposé modifié et l'on s'attend maintenant à ce que la Cour puisse entendre la contestation à la fin de l'été ou au début de l'automne 1991.

### **L'Ontario et le Québec annoncent leur intention de se retirer du Programme national d'élimination des excédents**

En novembre 1990, les provinces de l'Ontario et du Québec ont avisé les signataires du Plan de commercialisation des oeufs de leur intention de se retirer du programme national d'élimination des excédents de l'OCCO. Les deux provinces envisagent d'éliminer leurs propres oeufs excédentaires en utilisant les prélèvements qu'ils remettent actuellement à l'OCCO dans le cadre du programme national d'élimination des excédents pour financer leurs propres programmes. Les deux provinces ont souligné qu'elles ne se retireraient pas de l'OCCO et qu'elles continueraient à se conformer aux politiques établies par l'OCCO dans d'autres secteurs, notamment la répartition des contingents ainsi que la fixation des prix. Les deux provinces ont indiqué qu'elles agissaient de la sorte du fait que la méthode actuelle d'élimination des produits de transformation, par le truchement de l'augmentation des prélèvements, est inacceptable tant pour le Québec que pour l'Ontario, et qu'il y a lieu d'adopter une autre méthode d'élimination de ces produits.

### **Réunion des signataires pour discuter des questions relatives aux oeufs**

Les signataires du Plan sur les oeufs se sont réunis le 11 décembre 1990 pour débattre trois questions de première importance : l'avis servi par l'Ontario et le Québec indiquant que ces provinces entendaient diriger leur propre programme d'élimination des produits de transformation; une

proposition relative à un programme de contingent de production dormant (c.-à-d. inactif) et une proposition par Export Packers Company Limited concernant les produits d'exportation.

Les signataires ont convenu que le Comité technique de travail pourrait formuler des recommandations quant à la création d'un autre programme d'élimination des produits de transformation qui saurait répondre à certaines des préoccupations plus urgentes de l'Ontario et du Québec relativement au programme d'élimination des excédents. Le Comité a fait observer que des efforts seraient déployés afin que ses recommandations et son rapport soient prêts d'ici le début du printemps 1991. À la suite de la réception de ces recommandations, les signataires pourraient, le cas échéant, se réunir à nouveau.

Les signataires n'ont pu s'entendre sur la proposition de l'OCCO relative à l'établissement d'un programme de contingents dormants, lequel était conçu pour éliminer la production des régions caractérisées par des coûts élevés et qui sont reconnues comme ayant une production d'oeufs excédant leur propre demande.

Une proposition mise de l'avant par Export Packers visant à assurer un approvisionnement approprié d'oeufs canadiens pour les marchés d'exportation avait été remise aux signataires avant la tenue de cette réunion. Les signataires ont débattu la proposition et ont convenu qu'un examen supplémentaire était de mise.

### **Résolution du litige sur les indemnités de classement et de manutention**

Le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaille (CCTOV) a fait parvenir une lettre au Ministre au mois d'avril

1990 pour lui signaler que les négociations avec l'OCCO concernant l'établissement d'une indemnité acceptable pour le classement et la manutention des oeufs excédentaires avaient échoué. Le Ministre a demandé au Conseil de tenter de résoudre ce litige.

Le Conseil s'est réuni en maintes occasions avec les deux parties, et au mois de juillet, les parties concernées en sont arrivées à un accord provisoire par lequel l'OCCO a accepté d'augmenter d'un demi cent l'indemnité relative à ces deux activités. En outre, une étude d'impact serait entreprise avec l'aide financière du Conseil. L'étude visant à déterminer les coûts réels des activités de classement et de manutention a été entreprise par Price-Waterhouse.

L'étude s'est terminée en janvier 1991, et au mois de février, les deux parties s'entendaient sur l'établissement d'une indemnité acceptable. En outre, les parties ont convenu que Price-Waterhouse élaborerait en 1991 une méthode de mise à jour automatique des indemnités sur une base annuelle et ce, à compter de janvier 1993. Les parties ont également convenu que la méthode de mise à jour serait dirigée par Price-Waterhouse en janvier 1992, pour fins de statistiques seulement et ce, afin de déterminer les niveaux des coûts actuels.

### **La controverse entourant la subvention des expéditions interprovinciales se poursuit**

Dans le rapport annuel du Conseil pour 1989-1990, on a mentionné que l'OCCO faisait réaliser une étude de coûts-avantages relativement à son programme de subvention des expéditions interprovinciales d'oeufs non classés. L'OCCO avait décidé de poursuivre ce programme jusqu'à la

fin de juillet 1990, période à laquelle il procéderait alors à une réévaluation. A la lumière de l'étude réalisée par Price-Waterhouse, l'OCCO a décidé de poursuivre l'application du programme de subvention des expéditions entre les provinces.

Il a également été signalé préalablement que la Fédération des producteurs d'oeufs de consommation du Québec (FEDCO) avait avisé l'OCCO de son intention de déposer une plainte au Conseil si l'OCCO poursuivait son programme.

Bien que le Conseil ait effectivement reçu un avis de plainte de la FEDCO au mois de mai 1990, les discussions entre la FEDCO, l'OCCO et le Conseil se sont traduites par une demande de la FEDCO visant à reporter l'enquête du Conseil. Aucune mesure subséquente n'a encore été prise à l'égard de cette plainte.

## **GESTION DES APPROVISIONNEMENTS**



### **Contingents**

Bien que des réductions de contingents aient été mises en oeuvre en 1989 et en 1990, le volume des excédents demeure élevé. En 1990, 4,3 millions de boîtes d'oeufs ont été déclarées excédentaires, en regard de 4,5 millions en 1989.

En janvier 1991, le Conseil a donné son approbation préalable à une modification au règlement de l'OCCO sur les contingents, par laquelle on augmentait le contingent de 0,5 p. 100 et prolongeait d'un an l'application du règlement. Les plus récentes données de Statistique Canada sur les effectifs de pondeuses

non réglementés ont forcé l'OCCO à procéder à un léger rajustement des contingents de façon à ce qu'aucune province ne soit contrainte de réduire ses effectifs de poules réglementés.

## Prélèvements

Deux prélèvements sont inclus dans la formule de calcul des coûts de production que l'OCCO utilise pour fixer les prix à la production des oeufs de catégorie A gros. L'un couvre les frais d'administration de l'OCCO, tandis que l'autre, appelé prélèvement de péréquation du coût de production (prélèvement à la consommation), sert à financer son programme d'écoulement des excédents sur le marché intérieur. Les producteurs paient également un prélèvement pour financer les ventes à l'exportation des oeufs excédentaires non achetés par les transformateurs canadiens dans le cadre du programme d'élimination des excédents. Ce prélèvement n'est pas transmis aux consommateurs dans les prix à la production des oeufs.

Tous les prélèvements doivent être approuvés par le Conseil au moins une fois l'an.

### Prélèvement de péréquation du coût de production

En octobre 1990, l'OCCO a demandé que le Conseil donne son approbation préalable à la reconduction pendant un an de son ordonnance de prélèvement, au niveau actuel de 13 cents. Bien que l'on n'ait pas proposé de modifier le taux global de prélèvement, l'OCCO avait l'intention d'augmenter de deux cents le taux du prélèvement de péréquation du coût de production (prélèvement à la consommation) et de réduire de deux cents celui du prélèvement à la production. Ainsi, neuf cents de prélèvement seraient recouverts dans le prix à la production (et transmis

aux consommateurs) et le prélèvement à la production passerait de quatre cents à deux cents, tandis que le prélèvement administratif demeurerait à deux cents.

Le Conseil a refusé d'approuver au préalable l'ordonnance de prélèvement pour une période d'un an, mais il accorda tout de même une reconduction pendant six mois au bout desquels le Comité technique de travail aurait fait connaître ses recommandations quant aux changements à apporter au système d'élimination des excédents. La date d'expiration de l'ordonnance de prélèvement de l'OCCO est fixée au 27 juillet 1991.

À la fin de 1990, le compte de prélèvement de péréquation du coût de production accusait un solde négatif de 14,6 millions de dollars, mais l'on s'attendait à le réduire à 10,1 millions de dollars avant la fin de 1991.

### Prélèvement à la production

À l'occasion de sa réunion de juin 1990, le Conseil a approuvé une proposition visant à réduire d'un cent la portion du prélèvement de l'OCCO contribué par les producteurs; cette réduction de 5 cents à 4 cents est entrée en vigueur le 13 août 1990.

L'ordonnance de 1991 par laquelle l'OCCO a établi le prélèvement à 13 cents à partir du 1<sup>er</sup> janvier 1991 a réduit davantage le prélèvement à la production, soit de quatre cents à deux cents, du fait que l'on a éliminé le transfert de deux cents du compte du prélèvement à la production dans le compte de prélèvement de péréquation du coût de production.

Le compte du prélèvement à la production affichait à la fin de l'année 1990 un solde de 12,9

millions de dollars en regard d'un solde prévu de 15,7 millions de dollars à la fin de 1991.

### Prélèvement administratif

L'ordonnance de prélèvement de 1991 permet à l'OCCO de maintenir un prélèvement administratif de deux cents pour financer les activités de cet office. En 1990, l'OCCO a affiché un excédent administratif de 1,2 million de dollars, ce qui a fait passer le solde du compte de prélèvement administratif de 4,5 millions de dollars au début de 1990 à 5,7 millions de dollars à la fin de cette même année.

### Résultats financiers

En 1990, les frais administratifs totaux de l'OCCO se sont établis à 7,7 millions de dollars et ses recettes totales à 9,0 millions de dollars. La publicité et la promotion ont continué de représenter le plus important poste de dépenses, soit 2,7 millions de dollars ou 35,8 p. 100 du total des dépenses. Toutefois, ce pourcentage des dépenses est inférieur au taux de 44 p. 100 de l'année précédente en raison du programme d'austérité de l'OCCO.

Pour 1991, l'OCCO prévoit un déficit de 1,6 million de dollars. Ses recettes devraient s'établir à 8,7 millions de dollars et ses dépenses à 10,3 millions de dollars. La publicité et la promotion (4,6 millions de dollars) absorberont 45 p. 100 du budget total.

Malgré le déficit prévu de 1,6 million de dollars, l'OCCO devrait quand même clôturer 1991 avec un solde de 4,1 millions de dollars. Toutefois, l'OCCO devra peut-être augmenter le prélèvement pour 1992 étant donné que ses prévisions de dépenses s'établissent maintenant à plus de 10 millions de dollars. En

effet, l'OCCO devra probablement majorer le prélèvement à 2,5 cents la douzaine afin d'obtenir les recettes nécessaires pour compenser ces mêmes dépenses. En 1991, l'OCCO prévoit une augmentation des dépenses de l'ordre de 16,6 p. 100 ou de 1,4 million de dollars par rapport aux dépenses de 1990. Trois importants postes de dépenses représentent 77,5 p. 100 de cette augmentation. Il s'agit de la stratégie de l'OCCO pour la lutte contre les salmonelles, de l'accroissement des dépenses de commercialisation et de la création d'un compte pour éventualités. L'augmentation normale des coûts des divers programmes attribuable à l'inflation représente l'autre 22,5 p. 100 de l'augmentation des dépenses de l'OCCO pour 1991.

### Problèmes à résoudre

- mise en oeuvre des recommandations du Comité technique de travail;
- avis servi par l'Ontario et le Québec indiquant que ces provinces entendaient se retirer du programme national d'élimination des excédents;
- contestation des pouvoirs du Conseil par l'Alberta Egg Board.

**TABLEAU 1**  
**OEUFS**  
**STATISTIQUES SUR LES MARCHÉS**  
**1986 - 1990**

	1986	1987	1988	1989	1990	CHANGEMENTS EN POURCENTAGE 1989-1990
	(en milliers)					(%)
PLACEMENTS DE POUSSINS (PONDEUSES)	23,239	22,950	22,889	21,860	21,980	0.55
	(en milliers de boîtes de 15 douzaines)					
PRODUCTION D'OEUFS						
-CATÉGORIE A	25,872	26,062	26,281	25,723	25,301	-1.64
-AUTRES CATÉGORIES	1,308	1,645	1,266	1,190	1,155	-2.94
TOTAL	27,180	27,707	27,547	26,913	26,456	-1.70
IMPORTATIONS-CATÉGORIE A	478	359	288	452	456	0.88
TOTAL DES APPROVISIONNEMENTS	27,658	28,066	27,835	27,365	26,912	-1.66
CONSOMMATION	24,128	23,364	23,163	22,374	21,938	-1.95
TRANSFORMATION	2,742	3,280	3,287	4,149	4,479	7.95
EXPORTATIONS-CONSOMMATION	1	49	0	9	33	S.0
UTILISATION TOTALE	26,870	26,644	26,450	26,523	26,417	-0.40
	(en tonnes (équiv. liquide))					
IMPORTATIONS-OEUFS TRANSFORMÉS	5,832	4,791	6,358	4,325	5,012	15.88
EXPORTATIONS-OEUFS TRANSFORMÉS	6,253	9,528	11,401	7,310	9,051	23.82
	(en milliers de boîtes de 15 douzaines)					
EXCÉDENTS-CASSERIES	2,289	2,277	2,718	3,629	3,818	5.21
EXCÉDENTS-EXPORTATIONS	787	1,373	1,385	833	462	-44.54

Source: Agriculture Canada, OCCO

Note: Les données des années précédentes ont été révisées.

**TABLEAU 2**  
**OEUFS**  
**ATTRIBUTION DE CONTINGENTS AUX PROVINCES**  
**1987 - 1990**

Province	1987		1988		1989		1990		Nombre de Producteurs
	Contin- gent (en milliers de douzaines)	Part du marché %	Contin- gent (en milliers de douzaines)	Part du marché %	Contin- gent (en milliers de douzaines)	Part du marché %	Contin- gent (en milliers de douzaines)	Part du marché %	
C.-B.	54,883	11.988	54,883	11.988	54,947	11.986	53,735	11.985	154
ALB.	39,634	8.657	39,634	8.657	39,681	8.656	38,805	8.655	228
SASK.	21,676	4.735	21,676	4.735	21,702	4.734	21,223	4.733	79
MAN.	51,947	11.347	51,947	11.347	52,009	11.346	50,862	11.344	231
ONT.	173,768	37.956	173,768	37.956	173,976	37.952	170,137	37.946	652
QUÉ.	75,393	16.468	75,393	16.468	75,484	16.467	73,818	16.464	171
N.-B.	9,386	2.050	9,386	2.050	9,426	2.056	9,259	2.065	19
N.-É.	18,697	4.084	18,697	4.084	18,720	4.084	18,307	4.083	38
I.-P.-É.	3,273	0.715	3,273	0.715	3,221	0.703	3,162	0.705	25
T.-N.	9,163	2.001	9,163	2.001	9,242	2.016	9,058	2.020	29
CANADA- TOTAL	457,820	100.000	457,820	100.000	458,408	100.000	448,366	100.000	1,626

Source: OCCO - Règlements de contingentement

**TABLEAU 3**  
**OEUFS**  
**PROGRAMME DE RETRAIT DES EXCÉDENTS**  
**1986 – 1990**

	1986	1987	1988	1989	1990
<b>EXCÉDENTS DESTINÉS AU MARCHÉ INTÉRIEUR</b>	(en boîtes de 15 douzaines)				
ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS	2,391,780	2,372,625	2,718,248	3,628,718	3,817,919
	(en millions de dollars)				
VENTES AUX TRANSFORMATEURS	24.715	19.281	21.509	35.994	38.138
COÛTS D'ÉCOULEMENT	37.650	35.813	46.431	64.324	69.721
PERTES	-12.935	-16.532	-24.922	-28.330	-31.583
	(en dollars)				
COÛT MOYEN PAR BOÎTE	-5.650	-6.968	-9.168	-7.807	-8.272
<b>EXCÉDENTS DESTINÉS A L'EXPORTATION</b>	(en boîtes de 15 douzaines)				
ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS	810,560	1,378,300	1,385,170	832,936	461,983
	(en millions de dollars)				
RECETTES D'EXPORTATION	5.587	8.691	6.240	4.790	2.937
COÛTS D'ÉCOULEMENT	12.629	21.115	24.767	23.022 *	12.599 *
PERTES	-7.042	-12.424	-18.527	-18.212	-9.662
	(en dollars)				
COÛT MOYEN PAR BOÎTE	-8.688	-9.014	-13.375	-12.330	-11.990

Source: OCCO

Note: Les données des années précédentes ont été révisées.

\* Comportant les chiffres du "programme de retrait des pondueuses".

**TABEAU 4**  
**OEUFS**  
**PRÉLÈVEMENTS**  
**1990**

Province	PRÉLÈVEMENT ADMINISTRATIF					Taux total de prélèvement	Montant total estimatif des prélèvements
	Prélèvement à la consommation (ajouté au coût de production)	Prélèvement à la production* (non ajouté au coût de production)	Prélèvement		Prélèvement provincial		
			de l'OCCCO* (ajouté au coût de production)	Ajouté au coût de production			
				(en cents la douzaine)			(en dollars)
C.-B.	7.00	4.62	2.00	1.50	0.00	15.12	7,922,142
ALB.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	5,045,330
SASK	7.00	4.62	2.00	1.90	0.00	15.52	2,480,318
MAN.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	7,502,471
ONT.	7.00	5.00	2.00	2.00	0.50	16.50	27,116,911
QUÉ.	7.00	4.84	2.00	2.00	0.00	15.84	10,274,366
N.-B.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	1,440,927
N.-É.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	2,736,069
I.-P.-É.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.07	15.69	421,503
T.-N.	7.00	4.62	2.00	2.00	1.00	16.62	1,393,589

Source: Agriculture Canada

Note: Les prix à la production sont calculés à partir de la révision mensuelle du coût de production fondé sur un relevé auprès des producteurs. Les activités des offices de commercialisation national et provinciaux sont payées au moyen de prélèvements qui sont ajoutés au coût de production - ou qui en sont retranchés - lors des mises à jour mensuelles.

\* Le prélèvement à la production (non ajouté au coût de production) est pondéré de façon à indiquer la hausse du prélèvement.

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON (OCCD)

## GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

### Modalités de fixation des contingents

L'OCCD fixe un objectif provisoire de production, c'est-à-dire un contingent, environ 6 mois avant le début de chaque année civile. Ce total provisoire est partagé entre les provinces, et les producteurs ont ainsi le temps de planifier leur production pour les premiers mois de l'année qui vient. L'OCCD établit ensuite définitivement le total national et les parts provinciales afin de s'assurer que la demande annuelle totale sera satisfaite. Pour établir l'objectif de production définitif, on tient compte de la quantité de produit congelé qui se trouve en entrepôt au 1<sup>er</sup> janvier et de sa composition par poids.

L'OCCD tient compte également des recommandations de son Comité consultatif et de son Comité de production lorsqu'il établit ses objectifs de production annuels. Le Comité consultatif représente tous les segments du secteur du dindon de même que le gouvernement et les consommateurs. Quant au Comité de production, il est composé d'administrateurs de trois offices provinciaux de commercialisation du dindon.

La répartition du contingent entre les provinces est établie en fonction des parts fondamentales du marché énoncées dans le Plan de commercialisation du dindon. Ces parts du marché reposent sur les niveaux de production prévalant au moment de la fondation de l'OCCD

(contingent de base). Toute augmentation de la production (contingent en sus de la base) doit être répartie selon les critères énumérés dans le Plan de commercialisation, comme l'avantage comparé de production.

En 1990, l'OCCD a modifié son année de contingentement. En effet, celle-ci n'est plus fonction de l'année civile mais elle s'échelonne plutôt entre le 1<sup>er</sup> mai et le 31 avril (période de production). Les règlements de l'OCCD ont fait l'objet d'une révision en avril 1990 afin de tenir compte de cette modification. L'OCCD a signalé que le secteur estime que cette modification permettra une plus grande souplesse et une efficacité accrue, particulièrement durant la période de pointe en décembre.

Avant qu'une ordonnance de contingentement ne puisse être appliquée, elle doit d'abord être approuvée par le Conseil. L'OCCD doit fournir des documents pour justifier le niveau des contingents ainsi que la méthode de calcul des parts provinciales. Cet exercice vise à montrer au Conseil que les niveaux de production sont appropriés et que la répartition provinciale est conforme aux critères énoncés dans l'Accord fédéral-provincial.

### Répartition des contingents - 1990

La répartition du contingent global de 121,3 millions de kg en 1990, approuvée au préalable par le Conseil en mars 1990, excluait les contingents des éleveurs souches et des éleveurs multiplicateurs. En août 1990, l'OCCD a demandé au

Conseil d'approuver au préalable une modification au règlement sur les contingents, par laquelle on établirait un contingent de 4,6 millions de kg pour les éleveurs souches et les éleveurs multiplicateurs. On y prévoyait en outre une diminution de 423 688 kg par suite de la surproduction de 1989. Le contingent définitif de 1990 a été approuvé au préalable à 125,51 millions de kg.

### Sanctions de surproduction

En vertu d'une entente de promotion renouvelée annuellement entre l'OCCD et les offices provinciaux de commercialisation du dindon, les provinces qui dépassent leur contingent sont assujetties à des sanctions financières (dommages-intérêts) de 22 cents le kilogramme (poids éviscéré) et à des réductions de production égales à la quantité surproduite.

En 1988, le secteur a ajouté à son entente de promotion une clause concernant la surproduction de dindons d'élevage-multiplication. Cette clause prévoit aussi des sanctions de 33 cents le kilogramme à payer par les provinces.

L'entente de promotion prévoit une répartition des contingents de 1990 entre les provinces, par catégories de production et par périodes de l'année, en fonction de la demande sur le marché (régime de sanctions par périodes). Toutefois, les administrateurs de l'OCCD n'ont pas pu s'entendre sur un mécanisme connexe devant assurer l'application de l'entente.

### Répartition du contingent de 1991-1992

Avec le changement des périodes de production qui est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> mai 1991, le contingent provisoire a été établi pour 1991-

1992 à 128,4 millions de kg et il a été approuvé au préalable par le Conseil au mois d'août 1990. Un contingent supplémentaire de 3,2 millions de kg a été approuvé au préalable par le Conseil en janvier 1991 (pour tenir compte des éleveurs multiplicateurs), ce qui a augmenté la répartition contingentée à 131,6 millions de kg pour 1991-1992.

### Prélèvements

Les frais d'administration de l'OCCD sont payés grâce à un prélèvement perçu en son nom par l'office de commercialisation du dindon correspondant de chaque province. Ce prélèvement est inclus dans la formule du coût de production de l'OCCD, utilisée comme guide par les offices provinciaux pour négocier les prix à la production avec les transformateurs. Le prélèvement doit être approuvé par le Conseil.

À l'occasion d'une réunion tenue en novembre 1990, le Conseil a approuvé au préalable la reconduction du taux de prélèvement existant de 1,3 cent le kilogramme (poids vif) pour 1991.

### Résultats financiers

En 1990, les revenus tirés des prélèvements s'établissaient à 2,08 millions de dollars, y compris l'intérêt et les amendes pour surproduction, ce qui constituait une hausse de 9,5 p. 100 par rapport à l'année précédente. Les dépenses totales ont été de 1,76 million de dollars, laissant un solde de 457 599 \$, y compris 139 148 \$ en amendes pour surproduction.

En novembre 1990, le Conseil a approuvé le budget de l'OCCD pour 1991, soit 2,067 millions de dollars de dépenses, 2,028 millions de dollars de revenus pour un déficit prévu de 39 000 \$. La publicité, la

promotion et le développement des marchés, avec 42 p. 100 du budget, continueront de représenter le poste le plus important.

**Problèmes à résoudre :**

- application d'un régime de sanctions par périodes;
- mise à jour du coût de production.

**TABEAU 5**  
**DINDONS**  
**STATISTIQUES SUR LA COMMERCIALISATION**  
**1989 - 1990**

	Dindons à griller			Dindes			Dindons (8 kg et plus)			TOTAL		
	1989	1990	Variation en % 1989-1990	1989	1990	Variation en % 1989-1990	1989	1990	Variation en % 1989-1990	1989	1990	Variation en % 1989-1990
	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	%
STOCKS DU DÉBUT	3,842	3,078	-19.89	3,778	2,635	-30.25	7,278 **	5,620 **	-22.78	14,898	11,333	-23.93
PRODUCTION INTÉRIEURE	36,598	36,167	-1.18	33,534	32,492	-3.11	43,995	53,361	21.29	119,410	128,064	7.25
IMPORTATIONS												
- SUJETS VIVANTS	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	1,275	1,729	35.61	1,275	1,729	35.61
- CARCASSES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	165	27	-83.64	165	27	-83.64
- AUTRES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	2,266	2,596	14.56	2,266	2,596	14.56
APPROVISIONNEMENTS	40,440	39,245	-2.95	37,312	35,127	-5.86	54,979 *	63,333 *	15.19	138,014	143,749	4.16
EXPORTATIONS												
- SUJETS VIVANTS	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	0	0	S.O.	0	0	S.O.
- CARCASSES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	186	244	31.18	186	244	31.18
- AUTRES	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	S.O.	5,892	5,528	-6.18	5,892	5,528	-6.18
APPROVISIONNEMENTS TOTAUX	40,440	39,245	-2.95	37,312	35,127	-5.86	48,901 *	57,561 *	17.71	131,936	137,977	4.58
STOCKS DE LA FIN	3,078	3,542	15.07	2,635	4,008	52.11	5,620	6,788	20.78	11,333	14,338	26.52
CONSOMMATION INTÉRIEURE	37,362	35,703	-4.44	34,677	31,119	-10.26	43,281 *	50,773 *	17.31	120,603	123,639	2.52

Source: Agriculture Canada

\* Comprenant les parties de dindon.

\*\* Comprenant les quantités destinées à la transformation de second cycle.

**TABEAU 6**  
**DINDONS**  
**ATTRIBUTION DE CONTINGENTS AUX PROVINCES**  
**1987 - 1991**

Province	1987		1988		1989		1990-1991		1990 Nombre de producteurs
	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	
	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	
C.-B.	11,203	9.963	11,919	10.279	11,938	10.219	13,102	10.439	55
ALB.	9,699	8.626	9,983	8.609	10,055	8.607	10,949	8.723	63
SASK.	4,312	3.835	4,472	3.857	4,473	3.829	4,723	3.763	27
MAN.	8,512	7.570	8,562	7.384	8,544	7.314	9,192	7.323	84
ONT.	47,343	42.104	48,732	42.027	49,511	42.381	52,516	41.840	155
QUÉ.	26,723	23.766	26,856	23.161	26,871	23.001	29,080	23.169	146
N.-B.	1,707	1.518	2,266	1.954	2,266	1.940	2,429	1.935	17
N.-É.	2,943	2.617	3,165	2.730	3,165	2.709	3,524	2.808	19
CANADA- TOTAL	112,442	100.000	115,955	100.000	116,823	100.000	125,515	100.000	566

Source: OCCD - Règlement de contingentement

Note: Les quantités ont été converties du système métrique et ensuite arrondies au mille près.  
Poids éviscéré.

**TABEAU 7**  
**DINDONS**  
**PRÉLÈVEMENTS**  
**1988 - 1990**

Province	1988				1989				1990			
	Natio- nal	Pro- vincial	Taux total	Montant total	Natio- nal	Pro- vincial	Taux total	Montant total	Natio- nal	Pro- vincial	Taux total	Montant total
	(cents par kg)				(cents par kg)				(cents par kg)			
	\$				\$				\$			
C.-B.	1.30	1.50	2.80	415,913	1.30	1.50	2.80	407,824	1.30	1.50	2.80	442,107
ALB.	1.30	0.83	2.13	253,131	1.30	1.00	2.30	266,693	1.30	1.40	2.70	372,661
SASK.	1.30	1.10	2.40	125,999	1.30	1.10	2.40	129,425	1.30	1.10	2.40	144,895
MAN.	1.30	1.80	3.10	335,680	1.30	1.80	3.10	336,987	1.30	1.80	3.10	376,312
ONT.	1.30	1.10	2.40	1,480,701	1.30	1.10	2.40	1,523,427	1.30	1.10	2.40	1,589,309
QUÉ.	1.30	1.70	3.00	976,130	1.30	1.70	3.00	1,002,245	1.30	1.70	3.00	1,054,657
N.-B.	1.30	1.68	2.98	71,290	1.30	1.60	2.90	72,540	1.30	1.60	2.90	85,587
N.-É.	1.30	1.45	2.75	103,092	1.30	1.45	2.75	105,257	1.30	1.45	2.75	113,292
CANADA- TOTAL	3,761,936				3,844,398				4,178,820			

Source: OCCD, Agriculture Canada

Note: Les montants ont été calculés en convertissant d'abord la production provinciale (poids - éviscéré) en poids-vif (facteur utilisé: 1.2195), puis en multipliant ce nombre par le taux de prélèvement total par kg.

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU POULET (OCCP)

## Territoires du Nord-Ouest

En mars 1990, les signataires ont débattu l'adhésion des Territoires du Nord-Ouest (T.N.-O.) au Plan de commercialisation pour le poulet. Afin de répondre aux préoccupations soulevées par les signataires, les T.N.-O. ont commandé une étude d'impact à la société Deloitte Touche.

Cette étude a été remise à tous les signataires aux fins de commentaires avant que le Conseil ne distribue une modification à l'Accord fédéral-provincial visant à accepter les Territoires du Nord-Ouest à titre de membre de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

En février 1991, à la suite de la réponse favorable de la majorité des signataires, les T.N.-O. ont officiellement demandé au Conseil de diffuser une modification. L'OCCP s'emploiera maintenant à rédiger la modification à l'Accord fédéral-provincial, laquelle doit être signée en premier lieu par les T.N.-O. et ensuite par chacun des signataires.

## L'Alberta se joint à l'OCCP

C'est au mois d'août 1990 que la province de l'Alberta est devenue membre de l'Office canadien de commercialisation du poulet. Le processus d'adhésion avait été amorcé une année plus tôt lorsque l'Alberta avait demandé de devenir signataire de l'Accord fédéral-provincial pour le poulet. Les signataires ont unanimement accepté les conditions de l'adhésion de l'Alberta.

## GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

### Modalités d'établissement des contingents

L'OCCP établit un objectif national provisoire de production, c.-à-d. un contingent, et le répartit entre les provinces à chaque automne. On rajuste ensuite cet objectif pour chacune des six périodes, en fonction des conditions des marchés. L'OCCP détermine le contingent à la lumière des recommandations de son comité de gestion des approvisionnements. Celui-ci est composé de représentants de tous les segments du secteur avicole, des consommateurs et des gouvernements provinciaux.

L'ordonnance de contingentement de l'OCCP doit être approuvée au préalable par le Conseil. Celui-ci demande alors à l'OCCP de justifier ses chiffres, en particulier s'ils s'écartent du niveau de production recommandé par le comité de gestion des approvisionnements. Il exige en outre de l'OCCP qu'il soumette une méthode claire et justifiable de répartition du contingent entre les provinces.

Lorsqu'il répartit le contingent global, l'OCCP examine d'abord les parts de marché de base établies pour chaque province dans le plan de commercialisation du poulet. Celles-ci correspondent au niveau de production de chaque province à l'époque où l'OCCP a été créé (contingent de base). Toute production supérieure à ce niveau (contingent en sus de la base) doit

être répartie selon les critères figurant dans le plan de commercialisation, notamment l'avantage comparé de production. Pour l'année de production 1990, l'OCCP a combiné le contingent de base initial à un nouveau contingent appelé "contingent en sus de la base I" (overbase I), lequel est représentatif des contingents définitifs de 1988. L'OCCP a choisi l'année 1988 comme fondement pour son nouveau contingent en sus de la base I du fait que, à son avis, l'ensemble des exigences en matière de marchés régionaux avaient été satisfaites, et qu'en outre cette année cadrait parfaitement avec les objectifs que la loi stipulait pour un office.

#### Répartition des contingents - 1990

Les contingents globaux provisoires de 1990 ont été établis à 539 mkg. Les contingents pour l'année ont été répartis en six périodes au lieu de cinq.

Au fur et à mesure que l'année avançait, le Conseil a convenu d'enquêter sur plusieurs plaintes déposées par des signataires et d'autres intervenants du secteur relativement aux niveaux de production fixés par l'OCCP sur une base périodique. Les contingents établis par l'OCCP pour la quatrième, la cinquième et la sixième périodes ont tous donné lieu à des plaintes auprès du Conseil.

Les contingents de la quatrième période (1<sup>er</sup> juillet au 25 août) n'ont été approuvés par le Conseil qu'après contestation de la décision de l'OCCP par les signataires de l'Ontario et ultérieurement, par le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaille (CCTOV). La plainte du CCTOV a par la suite été retirée. Les signataires de l'Ontario ont demandé que soit reportée indéfiniment leur plainte, laquelle résultait d'un refus de

l'OCCP de considérer une demande de contingents supplémentaires présentée en vertu de la politique de demandes spéciales de l'OCCP.

Les contingents de l'OCCP pour la cinquième période (26 août au 27 octobre) ont été contestés par l'Association canadienne des transformateurs de volaille (ACTV). La plainte de celle-ci auprès du Conseil a aussi par la suite été retirée car l'OCCP et l'ACTV se sont entendus pour mettre sur pied un comité chargé d'examiner le mandat du comité de gestion des approvisionnements (CGA) et les indicateurs du marché sur lesquels l'OCCP doit fonder ses décisions. Le Conseil a approuvé les contingents de la cinquième période fixés à 88,72 mkg.

Les contingents de la sixième période ont été contestés par le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaille (CCTOV), car de l'avis de cet organisme, l'OCCP s'était écarté des recommandations du CGA. Le Conseil mena une enquête à cet égard au mois d'août 1990, mais ne statua pas en faveur du CCTOV. Il a approuvé un contingent de 91,4 mkg pour la sixième période et, en même temps, un contingent global définitif de 544,8 mkg pour 1990. (Des exemplaires de la décision du Conseil à cet égard sont disponibles sur demande).

#### Sanctions de surproduction

Pour l'année de production 1990, le Conseil a encore demandé à l'OCCP de réévaluer les sanctions en espèces et au poids imposées aux provinces signataires qui ont dépassé leur contingent.

L'OCCP envisageait de suspendre, pour une période d'essai de trois ans commençant en 1990, la nécessité d'imposer des sanctions au poids. Cette période de trois ans

permettrait ainsi aux provinces membres de bénéficier du temps nécessaire pour évaluer l'efficacité du nouveau mécanisme de dommages-intérêts par périodes de l'OCCP. On a demandé le soutien des signataires à cet égard. Au moment où la réunion d'évaluation du mécanisme de dommages-intérêts de l'OCCP s'est tenue en mai 1991, le soutien nécessaire n'avait pas encore été obtenu du fait que deux provinces se disaient encore préoccupées par cette proposition. Par conséquent, la surproduction de 1990 sera pénalisée à la fois selon le nouveau système de sanctions par période de l'OCCP ainsi que par des sanctions au poids. Les provinces pénalisées se verront imposer, pour la période visée, des sanctions en espèces de 25 cents/kg pour toute surproduction ne dépassant pas la marge provinciale (sleeve), et de 50 cents/kg pour toute production dépassant leur marge. En 1991, ces taux augmenteront de 25 cents/kg. De plus, l'OCCP a maintenu son amende annuelle de 25 cents/kg pour toute production excédant 101 % du contingent net annuel de 1990. Encore une fois, cette amende a également été majorée de 25 cents/kg pour s'établir à 50 cents pour 1991.

En outre, pour toute production qui dépasse le contingent définitif accordé à une province, sera imposée une réduction de production égale à un kilogramme par kilogramme excédentaire produit.

### Répartition des contingents - 1991

L'OCCP s'est réuni en septembre 1990 et il a fixé le contingent annuel provisoire de 1991 à 569 mkg ainsi que les contingents de première période à 93,0 mkg. Parallèlement, l'OCCP s'est également penché sur la demande spéciale de l'Ontario visant un contingent supplémentaire de 8 mkg pour 1991, mais ne l'a pas accepté.

Cette décision a été contestée par les signataires de l'Ontario. Une enquête a été menée en novembre 1990. De l'avis du Conseil, les contingents de la première période étaient appropriés quoique les contingents globaux ne permettaient pas de répondre aux besoins du Centre du Canada et tout particulièrement de ceux de l'Ontario, et il demanda à l'OCCP de réexaminer le contingent global. L'OCCP accepta d'examiner ce problème en fonction de chaque période. (Des exemplaires du rapport d'enquête sont disponibles sur demande).

En décembre 1990, le Conseil a approuvé au préalable un contingent global provisoire de 569 mkg ainsi qu'un contingent de première période de 93,0 mkg.

Les contingents de la deuxième période de 1991 établis à 95,1 mkg ont également été contestés par les signataires de l'Ontario. Le Conseil s'est efforcé de trouver une solution en convoquant une réunion informelle réunissant les parties concernées, mais il n'a pas mené d'enquête officielle à cet égard. Les contingents de deuxième période ont donc été approuvés au préalable par le Conseil en janvier 1991.

Les contingents de la troisième période ont été établis à 91,4 mkg, et ils ont fait l'objet d'une contestation par les signataires de l'Ontario. Le Conseil convoqua pour le mois de mars une audience qui a dû être reportée à cause de certaines motions de forme présentées au comité d'enquête. Les signataires de l'Ontario ont décidé par la suite de retirer leur plainte.

### Prélèvements

L'OCCP a le pouvoir d'imposer des prélèvements sur la production ou la

commercialisation du poulet aux producteurs des provinces signataires afin de compenser ses frais administratifs et commerciaux. Il incombe au Conseil d'examiner et d'approuver les taux de prélèvement.

L'OCCP peut, avec l'accord d'une régie provinciale des marchés agricoles, demander à l'office provincial correspondant de percevoir les prélèvements en son nom. Ils entrent dans la formule de calcul du coût de production de l'OCCP, utilisée comme guide par les offices provinciaux pour négocier les prix à la production avec les transformateurs.

Pour 1991, l'OCCP n'a pas jugé nécessaire de changer son taux de prélèvement de 0,5000 cent par kilogramme (poids vif). L'OCCP a réussi à atteindre son objectif, soit d'accumuler une réserve générale correspondant à six mois de dépenses de fonctionnement. Cet objectif a été atteint du fait que l'Alberta a payé son prélèvement à compter du 1<sup>er</sup> août 1990 à la suite de son adhésion à l'OCCP. De plus, la Colombie-Britannique s'est acquittée de son dernier paiement relativement aux sanctions de surproduction de 1988, a payé tous les prélèvements en souffrance de 1989 et, dans le cadre d'une entente contractuelle avec l'OCCP, elle paie actuellement les montants en dommages-intérêts encourus en 1989.

### Résultats financiers

Le solde de l'encaisse de l'OCCP au début de 1990 s'établissait à 916 895 \$. Les revenus atteignaient 3,6 millions de dollars contre des dépenses d'environ 3,0 millions de dollars pour un revenu d'exploitation de 625 853 \$.

En 1990, l'OCCP a également perçu 533 156 \$ en dommages-intérêts pour un solde de fin d'année de 2 061 336 \$.

Les revenus prévus pour 1991 devraient s'établir à 3,7 millions de dollars en regard de 3,6 millions en 1990. Cette augmentation du revenu découle principalement de l'engagement de l'ensemble des provinces signataires à payer leurs prélèvements respectifs.

Les dépenses de l'OCCP pour 1991 s'établiront à environ 3,8 millions de dollars comparativement à 3,0 millions de dollars en 1990, majoration attribuable en grande partie à l'accroissement anticipé des réunions du conseil d'administration et des comités, à la hausse des salaires, au plus grand nombre de déplacements des employés et à l'augmentation des honoraires professionnels.

### Problèmes à résoudre :

- résoudre les problèmes relatifs à la détermination et à la répartition des contingents;
- éliminer les sanctions au poids;
- encourager la Colombie-Britannique et les Territoires du Nord-Ouest à devenir membres à part entière de l'OCCP;
- améliorer le fonctionnement du Comité consultatif.

**TABLERAU 8**  
**POULET**  
**STATISTIQUES SUR LA COMMERCIALISATION**  
**1989 - 1990**

ANNÉE TRIMESTRE	1989					1990				
	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
	(en milliers de kg - év.)									
STOCKS DU DÉBUT	10,852	8,076	7,425	8,060	10,852	9,238	7,646	10,456	10,873	9,238
PRODUCTION INTÉRIEURE	125,424	135,731	135,712	125,871	522,738	129,774	146,410	143,331	136,957	556,472
IMPORTATIONS										
-SUJETS VIVANTS (POIDS ÉV.)	1,223	1,990	1,570	1,784	6,567	1,667	556	489	240	2,952
-CARCASSES, MORCEAUX	7,486	10,311	10,751	10,228	38,776	11,518	12,479	11,911	11,090	46,998
TOTAL DES APPROVISIONNEMENTS	144,985	156,108	155,458	145,943	578,933	152,197	167,091	166,187	159,160	615,660
EXPORTATIONS	258	149	121	118	646	268	195	462	162	1,087
STOCKS DE LA FIN	8,076	7,425	8,060	9,238	9,238	7,646	10,456	10,873	15,820	15,820
ÉCOULEMENT	136,651	148,534	147,277	136,587	569,049	144,283	156,440	154,852	143,178	598,753

Source: Agriculture Canada

**TABEAU 9**  
**POULET**  
**ATTRIBUTION DE CONTINGENTS AUX PROVINCES**  
**1987 - 1990**

Province	1987		1988		1989		1990		Nombre de producteurs
	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	Contin- gent	Part du marché	
	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	
C.-B.	52,168	10.130	54,464	10.360	59,255	11.431	58,916	10.814	238
ALB.	42,832	8.317	43,381	8.252	41,522	8.010	44,635	8.193	240
SASK.	14,513	2.818	14,662	2.789	14,195	2.738	15,212	2.792	83
MAN.	21,165	4.110	20,726	3.942	20,158	3.889	21,283	3.906	136
ONT.	182,118	35.363	185,236	35.235	181,940	35.097	191,615	35.170	806
QUÉ.	161,379	31.336	164,710	31.330	160,263	30.916	169,222	31.060	690
N.-B.	14,464	2.809	14,672	2.791	14,270	2.753	15,228	2.795	40
N.-É.	18,712	3.633	19,127	3.638	18,552	3.579	19,575	3.593	65
I.-P.-É.	798	0.155	1,367	0.260	1,313	0.253	1,748	0.321	7
T.-N.	6,853	1.331	7,373	1.402	6,918	1.335	7,387	1.356	20
CANADA-TOTAL	515,002	100.000	525,719	100.000	518,386	100.000	544,820	100.000	2,325

Source: OCCP - Règlement du contingentement

Note: Toutes les quantités indiquent le poids éviscéré; elles peuvent être approximées ou arrondies.

**TABEAU 10**  
**POULET**  
**RÉPARTITION DES CONTINGENTS**  
**1990 - 1991**

Période de contingentement	Région réglementée *	Région non réglementée *	Total	Production actuelle	Sur ou (sous) production du contingent
		(kg - év.)			
1990 provisoire	480,795,248	58,204,752	539,000,000	89,371,550	(228,450)
1ère période	79,924,404	9,675,595	89,600,000	95,475,221	2,475,221
2e période	82,932,835	10,067,165	93,000,000	91,288,971	2,288,971
3e période	79,334,958	9,665,041	89,000,000	87,555,637	(1,164,363)
4e période	79,159,573	9,560,427	88,720,000	99,440,474	6,340,474
5e période	83,045,759	10,054,241	93,100,000	93,624,428	2,224,427
6e période	81,506,836	9,893,165	91,400,001		
1990 DÉFINITIF	485,904,365	58,915,634	544,819,999	556,756,281	11,936,282
***1991 provisoire	503,000,000	66,000,000	569,000,000	93,950,000 **	950,000 **
1ère période	82,000,000	11,000,000	93,000,000	98,204,000 **	3,104,000 **
2e période	83,000,000	12,100,000	95,100,000		

\* COLOMBIE-BRITANNIQUE

Source: CNCPA

\*\* Provisoire

\*\*\* Les données sont basées sur un total de six périodes.

**TABLEAU 11**  
**POULET**  
**PRÉLÈVEMENTS**  
**1988 - 1990**

Province	1988				1989				1990			
	National	Pro- vincial	Taux total	Montant total	National	Pro- vincial	Taux total	Montant total	National	Pro- vincial	Taux total	Montant total
	(cents par kg)				(cents par kg)				(cents par kg)			
				\$				\$				\$
C.-B.	0.34	1.65	1.99	207,000	0.43	1.77	2.20	66,798 (1)	0.50	0.80	1.30	335,448 (3)
ALB.	0.34	0.85	1.19	104,000	0.43	0.42	0.85	0 (2)	0.50	0.50	1.00	128,589 (4)
SASK.	0.34	1.08	1.42	66,000	0.43	1.07	1.50	79,990	0.50	1.00	1.50	95,886
MAN.	0.34	0.76	1.10	92,000	0.43	0.76	1.19	121,401	0.50	0.76	1.26	144,309
ONT.	0.34	0.55	0.89	820,000	0.43	0.70	1.13	1,061,198	0.50	0.80	1.30	1,283,610
QUÉ.	0.34	0.54	0.88	798,000	0.43	0.67	1.10	942,196	0.50	0.78	1.28	1,134,672
N.-B.	0.34	0.99	1.33	65,000	0.43	1.19	1.62	84,170	0.50	1.19	1.69	102,971
N.-É.	0.34	0.91	1.25	89,000	0.43	0.82	1.25	106,697	0.50	1.00	1.50	132,532
I.-P.-É.	0.34	0.22	0.56	4,000	0.43	0.50	0.93	8,308	0.50	0.50	1.00	11,650
T.-N.	0.34	2.50	2.84	32,000	0.43	2.07	2.50	40,242	0.50	2.20	2.70	48,939
CANADA- TOTAL				2,277,000				2,511,000				3,418,606

Source: OCCP

Note: Les prélèvements sont exprimés après approximation et (ou) arrondissement.

(1) Les prélèvements de 1988 ont été payés en 1989.

(2) L'Alberta n'est pas membre de l'OCCP et n'avait pas de contrat avec l'OCCP pour 1989; donc, elle n'a pas payé de prélèvement.

(3) Les prélèvements de 1989 ont été payés en 1990.

(4) L'Alberta est membre de l'OCCP depuis le 30 juillet 1990. Les prélèvements ont été payés pour la période d'août à décembre 1990.

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS D'INCUBATION DE POULET À CHAIR (OCCOIPC)

## GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

### Contrôles des importations

Le Canada et les États-Unis en sont venus, le 13 septembre 1990, à une entente dans laquelle on prévoyait une augmentation du niveau d'importation de 19,07 p. 100 à 21,1 p. 100 de la production canadienne envisagée d'oeufs d'incubation de poulet à chair pour la même année. Ce pourcentage de 21,1 p. 100 a été subdivisé en un niveau annuel de 18,0 p. 100 pour les oeufs d'incubation proprement dits et de 3,1 p. 100 pour les poussins (en équivalent d'oeufs d'incubation).

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 1991, ce pourcentage de 21,1 p. 100 sera subdivisé ainsi : 17,4 p. 100 pour les oeufs d'incubation et 3,7 p. 100 pour les poussins. Les oeufs d'incubation de poulet à chair continueront de pouvoir être substitués aux poussins à un taux de conversion de 1,27 oeuf par poussin. Toutefois, en raison de l'entente, aucune conversion des contingents d'importation de poussins en oeufs d'incubation de poulet à chair ne sera autorisée.

### Annexe B

En 1990, le Conseil a remis aux signataires une modification à l'entente fédérale-provinciale en vue d'en arriver à un accord sur la révision de l'annexe B du plan de commercialisation de l'Office. L'annexe B indique la méthode par

laquelle l'OCCOIPC détermine la répartition des contingents entre les provinces. La nouvelle méthode a pour but de permettre à l'OCCOIPC de mieux adapter la planification de sa production aux besoins du marché car ses prévisions ne seraient plus assujetties aux contingents provisoires de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

Tous les signataires ont, suffisamment tôt pour l'établissement du contingent définitif de 1990, informé le Conseil de leur accord quant au début de l'utilisation de la nouvelle méthode par l'OCCOIPC.

### Répartition des contingents - 1990 et 1991

En décembre 1990, le Conseil a approuvé au préalable pour cette même année le contingent définitif fixé à 419 739 110 oeufs d'incubation de poulet à chair ainsi qu'un contingent provisoire établi à 416 178 438 oeufs d'incubation de poulet à chair pour 1991.

La décision de l'OCCOIPC reposait sur la recommandation de son Comité consultatif, et les contingents ont été fixés en fonction de la nouvelle méthode de l'annexe B. Le Comité consultatif est composé de représentants des divers segments du secteur, tels les couvoirs, les transformateurs, les transformateurs de second cycle, la restauration rapide et le gouvernement.

## Sanctions de surproduction

L'OCCOIPC utilise un mécanisme de sanctions double pour imposer les sanctions de surproduction.

Dans le cas de quantités excédentaires vendues sur le marché intraprovincial, interprovincial ou d'exportation, les sanctions sont imposées en fonction des dispositions énoncées dans la résolution de détermination des dommages-intérêts de l'OCCOIPC. Cette résolution prévoit une amende de 17,5 cents par oeuf d'incubation de poulet à chair produit et commercialisé au Canada au-delà de 101 p. 100 du contingent de la province.

Une sanction supplémentaire peut également être imposée, en vertu de l'ordonnance de l'OCCOIPC sur les prélèvements, pour toute production excédant le contingent interprovincial et d'exportation d'un producteur. En décembre 1990, le Conseil a approuvé une modification à l'ordonnance de l'OCCOIPC relative aux prélèvements, augmentant l'amende que cette ordonnance permet d'imposer aux producteurs des provinces signataires (actuellement 5 cents) à 17,5 cents par oeuf d'incubation de poulet à chair excédant le contingent interprovincial et d'exportation d'un producteur. Le prélèvement révisé est entré en vigueur en janvier 1991.

Pour les provinces non signataires, une amende de 5 cents par oeuf d'incubation est imposée à tout producteur, vendeur ou exploitant de couvoir qui commercialise la production d'une province non signataire dans une province signataire lorsque cette même production excède le contingent de commercialisation ordonné de ce producteur, vendeur ou exploitant de couvoir.

## Prélèvements

L'ordonnance de prélèvement de l'OCCOIPC lui permet de percevoir l'argent nécessaire au financement de ses activités. L'ordonnance permet l'application de prélèvements sur les oeufs d'incubation commercialisés sur les marchés interprovinciaux et d'exportation à l'intérieur des provinces signataires ainsi que sur les ventes des provinces non signataires dans les provinces signataires.

Étant donné le partage de compétence entre les paliers national et provincial, le prélèvement est perçu par chaque office de commercialisation provincial au nom de l'office national (OCCOIPC). Toute modification à l'ordonnance de prélèvement de l'OCCOIPC doit être approuvée par le Conseil.

Dans le but d'accélérer le processus de réduction de sa dette, l'OCCOIPC a demandé au Conseil d'approuver au préalable l'établissement pour 1991 d'un prélèvement à 0,1700 cent par oeuf d'incubation de poulet à chair commercialisé sur les marchés interprovincial et d'exportation. Le prélèvement antérieur de 0,1528 cent imposé par l'OCCOIPC prévalait depuis le mois d'août 1988. Le Conseil a approuvé le nouveau taux de prélèvement en décembre 1990.

En février 1991, l'OCCOIPC a demandé pour ce prélèvement une majoration provisoire de 50 p. 100, soit un taux révisé de 0,2550 cent, devant être appliqué de juin 1991 à mai 1992. La raison première de cette majoration vise à permettre à l'OCCOIPC d'éponger sa dette plus rapidement, de façon à l'effacer d'ici avril 1992. Le Conseil a approuvé ce nouveau taux de prélèvement en mars 1991.

## Résultats financiers

Le total des recettes de l'OCCOIPC en 1991 a atteint 596 845 \$, la grande majorité de celles-ci provenant de la perception des prélèvements. Les dépenses totales de l'OCCOIPC (641 120 \$) ont excédé les recettes de 44 275 \$. Compte tenu de sa position déjà déficitaire au début de l'année, l'OCCOIPC a terminé l'année avec un déficit cumulé de 231 948 \$.

Le budget initial de l'OCCOIPC faisait état pour 1991 de recettes de 709 000 \$ et de dépenses de 600 000 \$. Toutefois, en raison de la majoration provisoire du prélèvement

de l'OCCOIPC, les recettes révisées de 1991 devraient maintenant s'établir à 809 534 \$, soit une augmentation de 36 p. 100 en regard de 1990.

Par contre, les prévisions des dépenses totales de 1991 (600 000 \$) représentent une diminution d'environ 6 p. 100 pour cet office. La diminution devrait résulter en grande partie de la réduction des honoraires et des dépenses des administrateurs.

### Problèmes à résoudre :

- la situation financière de l'OCCOIPC.

**TABEAU 12**  
**OEUF D'INCUBATION DE POULET À CHAIR**  
**STATISTIQUES SUR LES MISES EN MARCHÉ**  
**1986 – 1990**

	1986	1987	1988	1989	1990
	(en milliers d'oeufs d'incubation)				
Production intérieure	385,347	426,112	433,884	435,585	450,324
Importations	67,437	81,846	75,920	74,492	89,867
Total des approvisionnements	452,784	507,958	509,804	510,077	540,191
Exportations	1,315	2,390	2,675	2,831	163
Consommation intérieure	451,469	505,568	507,129	507,246	540,028

Source: Agriculture Canada – Revue des couvoirs

## TABLEAU 13

	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%	1990	%	Nombre de producteurs 1990
				(en milliers d'oeufs d'incubation)							
C.-B.	45,302	11.8	50,310	11.8	51,786	11.9	55,165	12.7	60,212	13.4	45
ALB.	46,097	12.0	50,545	11.9	49,649	11.4	48,157	11.1	50,710	11.3	57
SASK.*	11,672	3.0	13,588	3.2	12,085	2.8	11,719	2.7	12,422	2.8	S.O.
MAN.	15,470	4.0	17,934	4.2	21,105	4.9	17,626	4.0	17,644	3.9	38
ONT.	122,679	31.8	141,222	33.1	144,235	33.2	142,295	32.7	145,726	32.4	87
QUÉ.	114,149	29.6	121,825	28.6	122,784	28.3	127,349	29.2	128,239	28.5	71
PROVINCES DE L'ATLANTIQUE (2)*	29,978	7.8	30,688	7.2	32,240	7.4	33,274	7.6	35,371	7.9	S.O.
CANADA	385,347	100.0	426,112	100.0	433,884	100.0	435,585	100.0	450,324	100.0	298 (3)

Source: Agriculture Canada - Revue des couvoirs

\* La Saskatchewan et les provinces de l'Atlantique ne sont pas membres de l'OCCOIPC.

\* La Saskatchewan et les provinces de l'Atlantique ne sont pas membres de l'OCDE.

2 - Les chiffres des provinces de l'Atlantique sont regroupés pour raisons de confidentialité.

33 - Les producteurs de Saskatchewan et des provinces de l'Atlantique ne sont pas inclus.

**TABEAU 14**  
**OEUFS D'INCUBATION DE POULET À CHAIR**  
**RÉPARTITION DU CONTINGENT ENTRE LES PROVINCES**  
**1990 - 1991**

	1990			1991	
	Provisoire		Définitif	Provisoire	
	Marché intérieur	Expor- tations	Marché intérieur	Marché intérieur	Expor- tations
	(en millions d'oeufs)				
QUÉBEC	131.4	0.12	133.0	134.7	0.00
ONTARIO	145.5	4.00	141.0	141.5	0.00
MANITOBA	18.0	0.00 *	17.8	18.7	0.00 *
ALBERTA	49.1	0.00	51.7	54.7	0.11
COLOMBIE- BRITANNIQUE	60.9	0.00	66.1	66.3	0.00

Source: "Règlement de l'Office de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet de chair sur le contingentement".

\* Moins de 0,01 %

TABLEAU 15

## BUDGETS DES OFFICES NATIONAUX

1990 - 1991

	O C C O		O C C D		O C C P		O C C O I P C	
	1990		1991		1990		1991	
	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)	(000 \$)	(%)
RECETTES								
PRÉLÈVEMENTS	8321	92.7	8200	95.0	3419	94.9	3545	95.1
INTÉRÊTS	660	7.3	430	5.0	-	-	-	-
DIVERS	-	-	-	-	185	5.1	182	4.9
TOTAL DES RECETTES	8981	100.0	8630	100.0	3604	100.0	3727	100.0
DÉPENSES								
SALAIRES, RÉUNIONS ET HONORAIRES DES ADMINISTRATEURS	3188	41.3	3370	32.7	1374	46.1	2012	54.7
PUBLICITÉ ET PROMOTION	2996	38.8	4975	48.2	573	19.2	714	19.4
BUREAUX	436	5.6	496	4.8	136	4.6	174	4.7
LOYER	307	4.0	306	3.0	123	4.1	219	6.0
AMORTISSEMENT	95	1.2	129	1.2	36	1.2	50	1.4
SERVICES DE PROFESSIONNELS ET D'EXPERTS-CONSEILS	403	5.2	821	8.0	312	10.5	398	10.8
RECHERCHE	315	4.1	224	2.2	-	-	-	-
DIVERS	-21	-	-	-	424	14.2	113	3.1
TOTAL DES DÉPENSES	7719	100.3	10321	100.0	2978	100.0	3680	100.0
					841	100.0	589	100.0

Source: OCCO, OCCD, OCCP, OCCOIPC

\* Comptant les dépenses de logement

Note: Les données de 1990 indiquent les chiffres réels; ceux de 1991 sont des prévisions.

## COÛT DE PRODUCTION ET DÉTERMINATION DES PRIX

Pour chaque office national, on effectue une enquête sur les principaux facteurs touchant le coût de production de la volaille et des oeufs de consommation à partir d'un échantillon représentatif de producteurs. Les enquêtes servent à établir un coût de production moyen à l'échelle nationale ou provinciale. L'Office canadien de commercialisation des oeufs utilise ce coût moyen pour déterminer le prix à la production des oeufs de catégorie A gros. L'Office canadien de commercialisation du dindon et l'Office canadien de commercialisation du poulet font appel à ce coût pour déterminer les prix de référence qui servent à établir les prix à la production des dindons et des poulets à l'échelle provinciale ainsi qu'à évaluer l'avantage comparé de production aux fins de la méthode de répartition des contingents en sus de la base.

La Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme et les accords fédéraux-provinciaux confèrent au Conseil le pouvoir et la responsabilité d'approuver la méthodologie et les résultats des enquêtes sur les coûts de production pour les produits réglementés. Ainsi en est-il aussi de l'utilisation des données sur les coûts de production dans les formules de détermination des prix et dans les calculs de l'avantage comparé.

Les principaux facteurs de coût sont : les poulettes (pondeuses) dans le cas des oeufs de consommation, les poussins et dindonneaux dans le cas des poulets et des dindons, les aliments (le facteur le plus important), la main-d'oeuvre (y compris le travail du producteur et de sa famille), les frais généraux,

l'amortissement et le rendement sur le capital investi par le producteur.

Tous les deux ou trois ans environ, les offices nationaux mettent à jour, grâce à des enquêtes nationales, leurs données de base sur les facteurs constituant de leurs coûts de production afin d'y incorporer les accroissements de la productivité. Ainsi, ces données tiennent compte des améliorations de l'efficacité de production, telles l'augmentation du taux de ponte des poules pondeuses dans le cas de la production d'oeufs et l'amélioration du taux de conversion alimentaire dans le cas des pondeuses, des poulets à griller et des dindons. Le taux de conversion alimentaire est la quantité d'aliments nécessaire à la production d'une douzaine d'oeufs ou d'un kilogramme de viande de volaille.

Les offices nationaux assurent la mise à jour mensuelle des formules de calcul des coûts de production en obtenant, de source publique d'information, des renseignements au sujet des hausses et des baisses du coût des facteurs, tels les poulettes, les poussins ou les dindonneaux, la main-d'oeuvre, les aliments, les taux d'intérêt et les installations.

En 1981, le Conseil a publié des lignes directrices afin d'aider les offices nationaux à mettre au point et à mener des enquêtes sur les coûts de production ainsi qu'à tenir à jour leurs formules de coût. Révisées en 1989, les lignes directrices établissent des normes uniformes élevées pour l'exécution des enquêtes nationales par des cabinets d'experts-conseils agissant pour le compte des offices nationaux. Elles

servent en outre à garantir l'équité du régime tant pour les producteurs que pour les consommateurs et à améliorer la prévisibilité des facteurs de coût et des méthodes de fixation des prix.

Un représentant du Conseil siège à titre d'observateur au Comité des coûts de production de chaque office national lorsqu'il est question de la conception, de l'exécution, de l'analyse et de l'application des résultats d'enquête.

## **OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS**

En juin 1990, les représentants du Conseil ont participé à la première réunion tenue par le Comité des coûts de production de l'OCCO pour discuter de l'enquête de 1990 afin de déterminer le coût de production des oeufs au Canada. Contrairement à l'enquête précédente, aucun changement important n'a été apporté à la conception de l'enquête, pas

plus qu'à la méthode de détermination des composantes des coûts. Toutefois, le Comité est d'avis que les rendements reçus par les producteurs devraient passer du taux préférentiel majoré de 2 pour cent au taux préférentiel majoré de 4 pour cent.

## **OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU POULET**

En réponse à une suggestion du Conseil, l'OCCP a accepté d'augmenter le nombre de membres de son comité de coût de production en invitant cinq non-producteurs à siéger au Comité à titre de membres à part entière. Le mandat du Comité est de déterminer le coût de production du poulet en 1990 de façon à indiquer le rendement d'un segment efficace du secteur de la production au Canada.

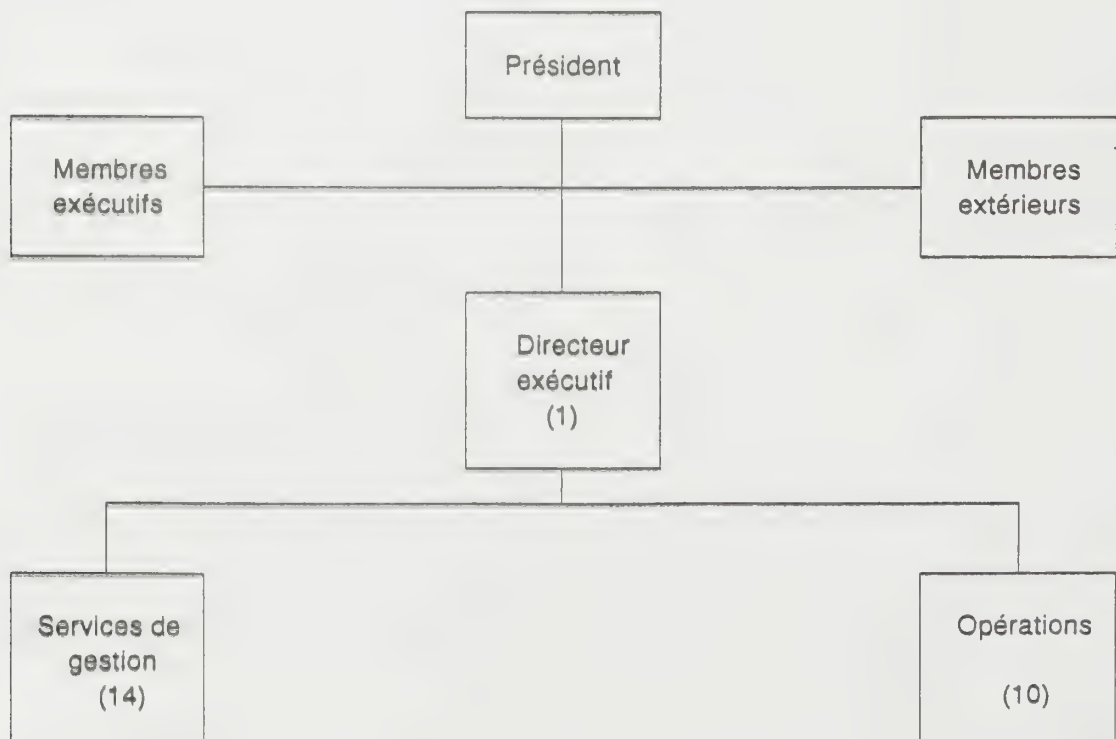
## SURVOL ADMINISTRATIF

Le Conseil national de commercialisation des produits agricoles s'est fait accorder un budget global de 2 314 500 \$ et 25 années-personnes pour atteindre ses objectifs en 1990-1991.

Plusieurs projets spéciaux ont été parachevés au cours de l'année. L'un des principaux projets a consisté en une enquête que le Conseil a menée en vue d'évaluer le bien-fondé de la création d'un office national de commercialisation pour les pommes à consommer en frais. Il a consacré environ 140 000 \$ à la tenue des audiences publiques relatives à cette enquête durant l'été 1990. Un autre projet spécial fut la participation du Conseil à une étude d'impact entreprise par Price-Waterhouse sur les coûts réels associés au

classement et à la manutention des oeufs excédentaires et sur la santé financière du secteur du classement. Le Conseil a consacré 25 000 \$ à cette étude. L'Office canadien de commercialisation des oeufs ainsi que le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volaille ont également contribué financièrement à cette étude. L'autre initiative importante réalisée au cours de l'année financière a été l'établissement d'un Comité technique de travail chargé d'examiner les activités de l'OCCO. Le Conseil a participé à cette étude en payant une partie des coûts versés pour le président du Comité et l'un des membres représentant les transformateurs, en plus d'y déléguer un membre du Conseil à titre de représentant.

### ORGANIGRAMME DU CONSEIL ET ANNÉES-PERSONNES (AP) CORRESPONDANTES 1990-91



CONSEIL NATIONAL DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES  
ÉTAT FINANCIER  
POUR L'EXERCICE FINANCIER TERMINÉ LE 31 MARS 1991  
(000 \$)

	1990-1991		1989-1990	
	BUDGET	DÉPENSES RÉELLES	BUDGET	DÉPENSES RÉELLES
SALAIRES	1,496.1	1,464.3	1,403.2	1,341.6
TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS	247.0	236.5	182.0	174.2
INFORMATION ET PUBLICATIONS	30.0	26.1	8.0	23.8
SERVICES PROFESSIONNELS ET SPÉCIAUX	237.4	221.0	176.5	174.3
LOCATIONS	23.0	19.6	17.0	15.4
RÉPARATIONS	11.0	12.6	11.5	9.3
FOURNITURES ET APPROVISIONNEMENTS	35.0	31.6	40.0	34.7
IMMOBILISATIONS (MEUBLES ET ÉQUIPEMENT)	35.0	29.3	25.0	24.0
SUBVENTIONS	200.0	0.0	200.0	0.0
	<hr/> 2,314.5	<hr/> 2,041.0	<hr/> 2,063.2	<hr/> 1,797.3

# GLOSSAIRE

**ACCORD FÉDÉRAL-PROVINCIAL/** Federal-Provincial Agreement : Les programmes de commercialisation nationaux fonctionnent en vertu d'un mandat fédéral (marchés interprovincial et d'exportation) et de mandats provinciaux (production et commercialisation à l'échelle de la province). Un accord fédéral-provincial (ou entente fédérale-provinciale) est signé par le Ministre fédéral de l'Agriculture et son homologue de chaque province participante. Il a pour objet d'harmoniser et d'intégrer l'autorité de chaque province et du fédéral. (Les autres signataires sont la régie de surveillance et l'office de commercialisation pour le produit réglementé de chaque province participante.) Un accord fédéral-provincial est négocié entre les signataires éventuels avant la proclamation de l'office. Le projet initial d'établissement de l'office, le plan de commercialisation et le texte préliminaire de la proclamation sont habituellement annexés à l'accord à titre de référence.

**CASSERIES/Breakers :** Le segment d'industrie qui effectue la transformation des oeufs frais en d'autres produits.

**CATÉGORIES ET CLASSEMENT/** Grades and Grading : Le classement des oeufs, du poulet et du dindon est fondé sur les règlements et les normes du gouvernement fédéral. Le classement des oeufs est effectué dans des stations enregistrées de classement ou par des producteurs classeurs. (Les producteurs classeurs sont des producteurs d'oeufs qui exploitent leurs propres installations de classement et de calibrage. Un tel producteur ne classe pas les oeufs

pour le compte d'autres producteurs.) Les oeufs de la catégorie A (extra gros, gros, moyens, petits et peewee) sont destinés à la consommation nature. Quant aux catégories B, C et autres, elles sont habituellement vendues au secteur de la transformation des oeufs pour la fabrication d'une gamme de produits liquides, congelés ou en poudre.

Le dindon éviscéré est produit et vendu selon trois catégories: sujets à griller (moins de 5,4 kilogrammes), dindes (5,4 à 9 kilogrammes) et dindons (9 kilogrammes et plus).

Le poulet éviscéré est produit et vendu selon deux catégories: sujets à griller (moins de 2 kilogrammes) et sujets à rôtir (2 kilogrammes et plus).

**CONTINGENT EN SUS DE LA BASE I/** Overbase I : Différence, exprimée en kg, entre le contingent de base établi par l'OCCP en vertu de l'Accord fédéral-provincial et le contingent définitif de 1988 publié dans la Gazette du Canada.

**CONTINGENT EN SUS DE LA BASE II/** Overbase II : Croissance, exprimée en kg, calculée entre, d'une part, la somme du contingent de base et du contingent en sus de la base I et, d'autre part, le contingent global provisoire de l'année à l'étude.

**CONSOMMATION/Disappearance :** Dans le contexte, il s'agit de la consommation canadienne apparente d'un produit, compte tenu des importations et des exportations.

**DINDON ADULTE/Mature Turkey :** Tout dindon sexuellement adulte, c'est-à-dire femelle qui a pondu des

oeufs ou mâle qui a produit du sperme; il a nécessairement atteint au moins 28 semaines au moment de l'abattage.

**DINDON D'ÉLEVAGE-MULTIPLICATION/Multiplier Breeder Turkey:** Le produit fini que livre, après manipulation génétique, une société d'élevage primaire de dindons aux fins de ponte ou de fertilisation d'oeufs dont proviendront les dindonneaux qu'utilisent les producteurs commerciaux de viande de dindon.

**DINDON D'ÉLEVAGE/Breeder Turkey :** Tout dindon sexuellement adulte, c'est-à-dire femelle qui a produit un oeuf ou mâle qui a produit du sperme.

**DINDON D'ÉLEVAGE PRIMAIRE/Primary Breeder Turkey:** Dindon d'élevage-multiplication résultant d'une combinaison déterminée de diverses souches de gènes.

**DINDONNEAU/Poult :** Dindon d'un jour.

**FORMULE DU COUT DE PRODUCTION/Cost of Production Formula :** En vertu des programmes nationaux de gestion des approvisionnements, on utilise une formule de coût de production pour déterminer le prix à la ferme (prix au producteur). Le prix au producteur permet au producteur de récupérer ses frais de production (moulées, poulettes, énergie, frais généraux, amortissement, main-d'oeuvre, etc.) au cours d'une certaine période de temps et de recevoir une rémunération raisonnable. Les composantes du coût sont déterminées sur la foi des résultats d'une enquête nationale menée par des experts-conseils à la demande de l'Office national. Cette enquête est généralement mise à jour tous les deux ans. L'Office canadien de commercialisation des oeufs utilise une formule pour fixer les prix à la production des oeufs A gros, alors que les offices

provinciaux du dindon et du poulet établissent leurs prix à la production sur la base d'enquêtes (semblables à l'enquête nationale) sur les coûts de leurs producteurs. Le CNCPA surveille étroitement les méthodes de collecte, d'analyse et de mise à jour des coûts.

**GESTION DES APPROVISIONNEMENTS/Supply Management :** Réglementation et contrôle de la production et de la commercialisation d'une denrée grâce à un régime de contingentement.

**IMPORTATIONS - Contingent de base global pour les importations/Imports - Basic Import Quota (Global) :** En vertu des accords du GATT, des restrictions peuvent être imposées aux importations s'il existe un régime national de gestion des approvisionnements pour une certaine denrée. Le volume des importations est négocié entre gouvernements, à la lumière des données antérieures sur les importations faites par les importateurs enregistrés. Les contingents à l'importation sont administrés par le Ministère des affaires extérieures.

Des importations supplémentaires peuvent être autorisées lorsqu'il y a pénurie et que l'Office national concerné n'est pas en mesure de trouver le produit ou la catégorie de produit au Canada dans un délai de 72 heures.

**INDICE DE CONVERSION/Feed Conversion Ratio :** La quantité d'aliments nécessaire (en kilogrammes) à la production d'une douzaine d'oeufs ou d'un kilogramme de chair de volaille.

**OEUFS D'INCUBATION DE POULET CHAIR/Broiler Hatching Eggs :** Oeufs destinés à la production de poulet. Après incubation des oeufs, les poussins d'un jour sont vendus aux producteurs de poulets, qui expédieront ceux-ci à l'abattoir.

**OEUFS "TELS QUELS" :** Se sont des oeufs qui sont excédent à la demande de la table. Ils sont envoyées directement au transformateur pour utilisation sur le marché domestique sans être classés ou mirés.

**OFFICE DE COMMERCIALISATION/Marketing Agency :** Un office de commercialisation est un organisme national ou régional établi par proclamation sous le régime de la Loi et chargé d'appliquer un plan de commercialisation visant une denrée réglementée. Exception faite de la subvention de démarrage de 100 000 \$ octroyée par le gouvernement fédéral, le financement de chaque office est assuré par le prélèvement de redevances sur les produits commercialisés. Un office national de commercialisation est dirigé par un conseil d'administration habituellement composé d'un représentant des producteurs de chaque province membre. Toutes les provinces ne font pas nécessairement partie des programmes nationaux de commercialisation actuellement en place: en effet, celui des oeufs représente les dix provinces, tandis que celui du poulet en représente neuf, celui du dindon huit et celui des oeufs d'incubation de poulet à chair cinq. En plus des représentants des offices provinciaux de commercialisation, deux membres désignés par le gouvernement fédéral font partie du conseil d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs (l'un d'eux est président) et de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

**OFFICE PROVINCIAL DE COMMERCIALISATION/Marketing Board :** Un office provincial de commercialisation est un organisme provincial constitué conformément à une loi provinciale dans le but de réglementer la commercialisation d'un produit agricole dans une province.

La création de ces offices vise à stabiliser les prix, les approvisionnements et les revenus des producteurs du secteur primaire, ainsi qu'à augmenter la capacité de négociation des producteurs face à la concentration accrue dans les autres secteurs de l'industrie alimentaire. Le Canada compte plus de 100 offices provinciaux de commercialisation ayant des pouvoirs différents et assumant diverses responsabilités, par exemple négociations de prix avec les transformateurs, publicité, mise en commun d'une partie des recettes des producteurs, études de marchés et, dans quelques cas, régularisation de la production grâce à des régimes de contingentement.

**PÉRIODE DE PONTE/Lay Period :** Cycle de production d'oeufs commençant habituellement lorsque le troupeau atteint 20 semaines, et d'une durée d'environ un an.

**PLAN DE COMMERCIALISATION/Marketing Plan:** Un plan de commercialisation spécifie les fonctions et les pouvoirs confiés à un office national dans le cadre d'un programme de commercialisation. Un tel plan englobe à la fois la promotion, la réglementation et le contrôle de la commercialisation du produit visé sur les marchés interprovincial et d'exportation, y compris un, plusieurs ou tous les éléments suivants: la désignation des personnes soumises à réglementation; la stipulation des pouvoirs associés à la commercialisation du produit réglementé; la détermination des quantités du produit réglementé que les producteurs sont autorisés à mettre sur le marché, des prix que recevront les producteurs et des autres conditions de mise en marché; la mise en commun d'une partie des recettes (redevances prélevées); l'émission de permis; et l'imposition et la levée de redevances ou de frais. Un plan de commercialisation

s'établit dans le cadre de la proclamation d'un office national de commercialisation.

**PONDEUSE/Layer :** Une pondeuse est une femelle de l'espèce *Gallus domesticus* âgée d'au moins 20 semaines et qui pond des oeufs destinés à la consommation humaine.

**POULETTE/Pullet :** Volaille âgée d'au plus 20 semaines, sexuellement adulte et prête à pondre.

**PRÉLEVEMENTS/Levies :** Cotisations recueillies auprès des producteurs selon les taux établis par un office national et les offices provinciaux de commercialisation qui paient ainsi leurs frais d'administration et leurs programmes de commercialisation. Les prélèvements sont imposés en vertu d'ordonnances et de règlements fédéraux et provinciaux après approbation et autorisation du CNCPA et des offices de commercialisation provinciaux. Pour les oeufs, deux prélèvements supplémentaires sont exigés:

Prélèvements de péréquation du coût de production (prélèvements à la consommation: sommes recueillies auprès des producteurs pour financer l'écoulement d'oeufs vers le secteur de la transformation, d'où ils seront remis sur le marché canadien. Les oeufs ainsi écoulés sont en excédent des besoins hebdomadaires de consommation d'oeufs frais.

Prélèvements à la production: sommes recueillies auprès des producteurs pour financer l'achat par l'OCCO des excédents aux besoins en oeufs frais et transformés du marché canadien; ces oeufs sont écoulés hors du Canada.

Les prélèvements à la production ne sont pas refilés aux consommateurs au moyen de la formule du coût de production, mais plutôt absorbés par

les producteurs qui reçoivent en fin de compte un revenu net moindre.

**PRODUITS TRANSFORMÉS/Processed Product :** Les oeufs qui sont transformés en produits liquides, congelés ou déshydratés (oeufs entiers, jaune d'oeuf ou albumen) et peuvent contenir ou non du sel et du sucre; ils sont destinés:

1) aux industries alimentaires pour la préparation des produits de boulangerie, des mélanges pour gâteaux, des mayonnaises, de la crème glacée, des nouilles, etc.;

2) à des fins médicales (pharmacologie et bactériologie); et

3) aux industries de fabrication de produits comme le cuir, les teintures, les produits synthétiques, les shampooings et les rations alimentaires pour animaux; et peuvent être vendus sur les marchés d'exportation.

Un transformateur de volailles exploite un établissement où la volaille (dinde et poulet) est abattue, habillée, éviscérée, classée, emballée et étiquetée.

En ce qui concerne la volaille éviscérée, la transformation ultérieure (ou de second cycle) comporte le découpage, la mise en conserve (produits frais, congelés ou déshydratés), la préparation de portions comme les cuisses, les ailes, la poitrine, le dos, etc., la fabrication de roulés, de saucisses, de produits à tartines, de pains de viande, etc., ou le découpage en cubes.

**PROGRAMME DE RETRAIT DES EXCÉDENTS D'OEUFS/Surplus Removal Program for Eggs :** L'un des principaux objectifs du plan national de commercialisation des oeufs est de répondre en tout temps aux besoins du marché des oeufs de consommation nature. Comme la

production demeure assez stable tout au long de l'année, mais que la demande fluctue pour les oeufs de consommation nature, avec une pointe à Noël et une autre à Pâques, il y a toujours un certain surplus d'oeufs de consommation nature. L'Office canadien de commercialisation des oeufs gère un plan pour l'écoulement de ces surplus sur une base hebdomadaire. Ces oeufs sont vendus aux transformateurs canadiens d'oeufs aux fins de consommation au pays ou exportés.

**SIGNATAIRES/Signatories :** Parmi les signataires d'un accord fédéral-provincial et d'un plan de commercialisation visant un produit réglementé, on compte le Ministre fédéral de l'Agriculture, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles, les Ministres provinciaux de l'Agriculture, et puis la régie de surveillance et l'office de commercialisation de chaque province membre.

**SYSTEME DE CONTINGEMENT/Quota System:** Dans un plan national de commercialisation, l'office de commercialisation détermine le contingent national de l'année d'après la quantité estimative des besoins du marché présentée par les offices de commercialisation membres. Une fois approuvé par le CNCPA, le

contingent national est réparti entre les offices provinciaux de commercialisation selon les critères convenus dans le plan de commercialisation (ex.: taille et croissance du marché, part du marché dans le passé, avantage comparé de production, etc.), aux fins de répartition entre les producteurs de leur province. Dans un régime provincial de contingentement, un office provincial de commercialisation attribue à chaque producteur membre une certaine quantité maximale, ou part du marché, pour son produit. Le contingent de départ se fonde habituellement sur la production antérieure, mais les contingents transférés par la suite et les politiques qui les régissent varient d'une province à l'autre.

**TAUX DE PONTE/Rate of Lay :** Nombre de douzaines d'oeufs produits par pondeuse au cours de sa période de ponte (habituellement 52 semaines de production).

**VOLAILLE ÉVISCÉRÉE/Eviscerated Poultry :** Volaille dépouillée de ses appareils respiratoire, digestif, reproducteur et urinaire, de sa tête, de ses pattes au jarret et de sa glande uropygienne.

**VOLAILLE HABILLÉE/Dressed Poultry :** Volaille saignée et plumée.

1) food industries for products such as baked goods, cake mixes, salad dressing, ice cream and noodle products;

2) medical uses, such as pharmacology and bacteriology; and

3) manufacturing industries for products such as leather, dyes, synthetics, hair shampoo and animal food, that can be sold on export markets.

A poultry processor operates a station where poultry (chicken and turkey) is killed, dressed, eviscerated, graded, packed and marked.

With respect to eviscerated poultry, further processing is cutting up into parts, canning (fresh, frozen or dried) or manufacturing into various food products such as legs, wings, breasts, backs, etc., or manufacturing rolls, weiners, sandwich spreads, meat loaf, etc., or cubing or dicing poultry meat.

Pullet Young bird, up to 20 weeks of age, sexually mature and ready to start egg production.

Quota system Under a national marketing plan, a marketing agency arrives at a national quota figure for the year based on estimates of market need put forward by member marketing boards. Following approval by the NFPMC, this national quota is divided between the member provincial marketing boards according to criteria agreed to in the marketing plan (e.g., size and growth of market, historical market share, comparative advantage of production, etc.) for allocation to producers in their provinces. Under a provincial quota system, a marketing board assigns each member producer a particular maximum quantity or share in the market for the product the member produces. Initial allocation

is usually based on historical evidence of production, although subsequent quota transfers and the policies governing them, vary from province to province.

Rate of lay The number of dozens of eggs produced per layer during the lay period (usually 52 weeks of production).

Signatories Signatories to a federal-provincial agreement on marketing for a regulated product include the federal Minister of Agriculture, the NFPMC, and the minister of agriculture, supervisory board and corresponding marketing board of each participating province.

Supply management The regulation and control of production and marketing of a product through a quota system.

Surplus removal program for eggs A primary objective of the national egg marketing plan is to satisfy the needs of the table egg market at all times. Since production levels remain fairly constant throughout the year, while demand varies for table eggs, peaking at Christmas and Easter, there is always a certain amount of eggs surplus to table market requirements. The Canadian Egg Marketing Agency operates a program to remove these surpluses on a week-by-week basis. These eggs are sold to Canadian egg processors for domestic consumption and on export markets.

regulated product authorized to be marketed and the price at which it may be marketed, and other conditions over marketing; the pooling of receipts (levies); licensing; and the imposition and collection of levies or charges. A marketing plan is set in place as part of the proclamation of an agency.

**Mature turkey** Any female turkey which has laid eggs or any male turkey which has produced semen, both male and female being no less than 28 weeks of age at time of slaughter.

**Multiplier breeder turkey** The final genetically engineered product of the primary breeding company, used to produce the eggs for commercial turkey meat growers.

**Nest Run Eggs** are surplus to the table demand and are shipped directly to the processor for domestic use, without being candled or graded.

**Overbase I** Is the difference in kilograms between the CCMA's base quota as agreed on in the Federal-Provincial Agreement and the final 1988 allocation as published in the Canada Gazette.

**Overbase II** Is the growth in the chicken market (kilograms) taken from the combined total of the base and the overbase I to the initial global allocation of the year under consideration.

**Poult** Day-old turkey.

**Primary breeder turkey** Represents the various gene pool lines required in combination to produce a multiplier breeder turkey.

**Processed product** Eggs are processed into liquid, frozen or powdered form as whole egg, yolk or albumen, with or without sugar or salt and are then used in

agency is funded through the collection of levies on the product marketed. An agency is operated by a board of directors usually composed of one producer representative from each province participating in the marketing program. Not all provinces participate in the existing national marketing programs: the egg marketing program has all 10 provinces, the turkey marketing program has eight; the chicken marketing program has nine; and the broiler hatching egg program has five. In addition, there are two federal appointees to the boards of the CCMA (one of whom is chairman) and the CCMA.

**Marketing board** A marketing board is a provincial body set up under provincial legislation to co-ordinate or regulate the marketing of a farm product within a province. They were introduced to stabilize prices, supplies and producer income in the primary sector, and to strengthen producers' bargaining power in the face of increasing concentration in other sectors of the food industry. There are more than 100 boards in Canada, with differing powers, performing a variety of functions, such as negotiating prices with processors, promotion, pooling producer returns, market research, and a few which regulate production through quota systems.

**Marketing plan** A marketing plan specifies the functions and acts that an agency is authorized to perform in implementing a marketing program. A marketing plan relates to the promotion, regulation and control of the marketing of a regulated product in interprovincial and export trade that may include any or all of the following: the determination of the persons to be regulated; the acts which constitute the marketing of the regulated product; the determination and fixing of the quantities of the

**Lay period** The period of time a laying flock is kept in production, which starts at approximately 20 weeks of age and continues for about a year.

**Levies** Monies collected from producers at rates determined by an agency and provincial commodity boards to fund the administration and marketing programs of the agency and provincial boards. The levies are collected under the authority of federal and provincial orders or regulations subject to the approval or authorization of the NFPMC and provincial supervisory bodies. Two additional levies are collected on eggs.

**Cost-of-production equalization (COPE) levy**, also known as consumer levy: collected from egg producers to fund the diversion of eggs to the processing industry for eventual consumption within Canada. The eggs diverted are surplus to the weekly fresh shell egg table market.

**Producer levy**: collected from egg producers to fund the purchase by the CEQA of eggs surplus to Canadian domestic needs (i.e. fresh plus processing) for resale on export markets.

Producer levy charges are not passed on to consumers through a COP add-on, but are a direct reduction in the price received by producers.

**Marketing agency** A marketing agency can be a national or regional body, established by proclamation under the Farm Products Marketing Agencies Act to administer a marketing plan for a regulated commodity. Except for an initial start-up grant of \$100,000 from the federal government, an

producer grader. (A producer grader is an egg producer who has his own grading and sizing equipment. Such a facility does not handle eggs for any other producer.) Grade A eggs (extra large, large, medium, small and peewee) are sold for table consumption. Other grades, B and C, are usually sold to the egg processing industry for the manufacture of a range of egg products, including liquid, frozen, and powdered eggs. Turkey is produced and sold in three eviscerated weight ranges: broilers (less than 5.4 kilograms), hens (5.4 to less than 9 kilograms) and toms (9 kilograms and over).

Chicken is produced and sold in two eviscerated weight ranges: broilers (less than 2 kilograms) and roasters (more than 2 kilograms).

## Imports

**Basic Import Quota (Global)**: Under the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), import restrictions may be imposed if a national supply management scheme is operating for a given commodity. The level of imports is negotiated between governments with reference to the historical volume of imports by importers of record. Import quotas are administered by the Department of External Affairs.

**Supplementary Imports** may be permitted if shortages occur and the national agency concerned cannot locate the product, or category of product, in Canada within 72 hours.

Layer A layer is a hen of the species *Gallus Domesticus* that has reached 20 weeks of age and is producing eggs for human consumption.

# GLOSSARY

**Dressed poultry** Blood and feathers removed.

**Eviscerated poultry** The respiratory, digestive, reproductive and urinary systems, the head, the legs at the hock joints and the oil sac have been removed from a dressed bird.

**Feed conversion ratio** The amount of feed required per kilogram to produce one dozen eggs or one kilogram of poultry meat.

**Federal-Provincial Agreement** National marketing programs function under both federal powers, covering interprovincial and export trade, and provincial powers, covering production and marketing within a province. A federal-provincial agreement is signed by the federal Minister of Agriculture and the ministers of agriculture in each province participating in the program. The agreement interlinks or dovetails provincial powers with each other and with the federal powers. (Other signatories are the supervisory board and marketing board for the regulated product in each participating province.) A federal-provincial agreement is negotiated by potential signatories prior to the proclamation of an agency. It has been customary to attach the draft of the proclamation and the marketing plan and sometimes the initial proposal for the agency, as reference documents.

**Grades and grading** Eggs, chicken and turkey are graded according to federal government regulations and standards. Egg grading is done by registered grading stations or by

**Breakers** The segment of the egg industry that makes processed egg products.

**Breeder turkey** A female turkey that has produced an egg, or a male turkey that has produced semen.

**Broiler hatching eggs** Eggs laid for the production of chicken. The eggs are incubated and sold as day-old chicks to chicken farmers who raise them for slaughter.

**Cost-of-production (COP) formula** Under the national supply management programs, a cost-of-production formula is used to arrive at a farmgate price or producer price. The farmgate price allows producers to recover their input costs (such as feed, pullets, energy, overheads, depreciation, labour, etc.) at a level that, over a period of time, will return to the producers their cost of production plus a reasonable return. The costs are established by a national survey at the producer level, undertaken by consultants at the direction of a national agency. Generally, these surveys are updated every two years. The Canadian Egg Marketing Agency uses a formula to set producer prices for Grade A large eggs, while producer prices for turkey and chicken are set by the provincial marketing boards using provincial cost data obtained as above. The procedures for collecting, analysing and updating costs are closely monitored by the NFPMC.

**Disappearance** The apparent domestic consumption of a product, taking into account imports and exports.

NATIONAL FARM PRODUCTS MARKETING COUNCIL  
 FINANCIAL REPORT  
 FOR FISCAL YEAR ENDING MARCH 31, 1991  
 (\$000)

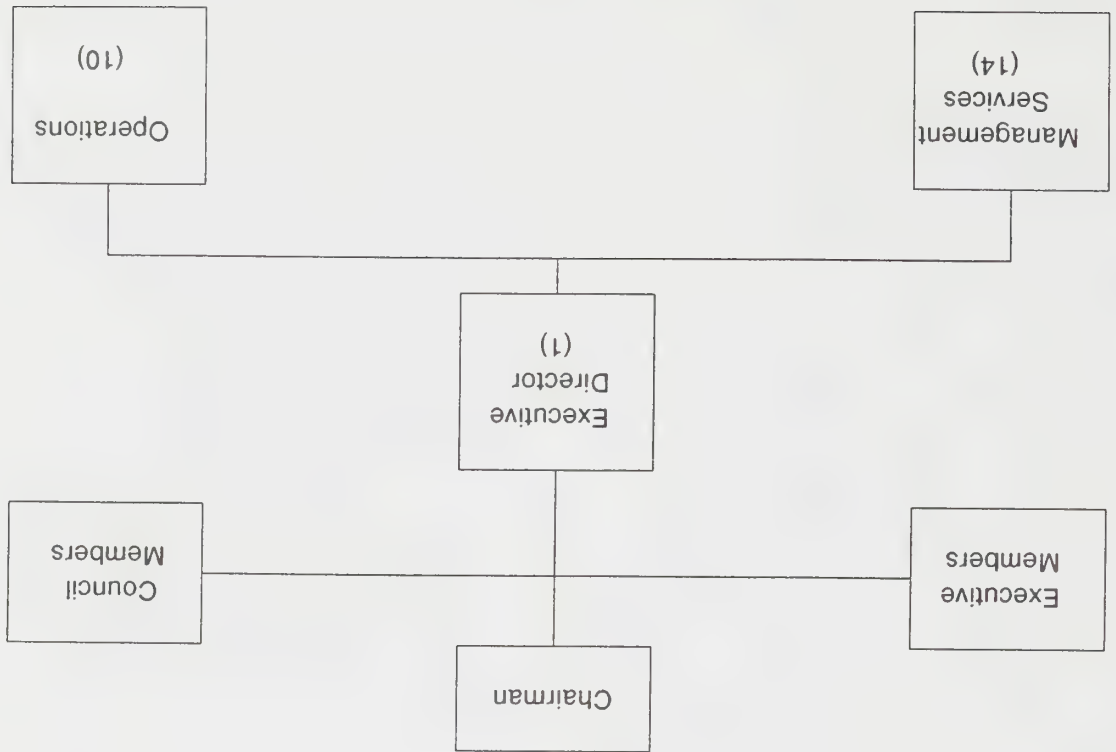
1990-1991		1989-1990	
BUDGET	EXPENDITURES	BUDGET	EXPENDITURES
1,496.1	1,464.3	1,403.2	1,341.6
PAY			
247.0	236.5	182.0	174.2
TRANSPORTATION & COMMUNICATION			
30.0	26.1	8.0	23.8
INFORMATION & PUBLICATIONS			
237.4	221.0	176.5	174.3
PROFESSIONAL & SPECIAL SERVICES			
23.0	19.6	17.0	15.4
RENTALS			
11.0	12.6	11.5	9.3
REPAIRS			
35.0	31.6	40.0	34.7
MATERIALS & SUPPLIES			
35.0	29.3	25.0	24.0
CAPITAL (FURNITURE & EQUIPMENT)			
200.0	0.0	200.0	0.0
GRANTS			
2,314.5	2,041.0	2,063.2	1,797.3

# ADMINISTRATIVE REVIEW

actual costs associated with the grading and handling of surplus eggs and the financial health of the Council's industry. Council's contribution to this study was \$25,000. The Canadian Egg Marketing Agency and the Canadian Poultry and Egg Processors Council also shared in the costs of the study. The other major initiative during the fiscal year was the establishment of a Technical Working Committee on CEQA Operations. Council shared in the costs for the committee chairman, one processor member and sent one Council member as a representative to this committee.

The National Farm Products Marketing Council was allotted an overall budget of \$2,314,500 and 25 person years to carry out its mandate during 1990-91. Several special projects were completed during the year. A major undertaking was the Council's inquiry into the merits of establishing a national marketing agency for fresh apples. Approximately \$140,000 in costs were incurred to conduct the public hearings for this inquiry during the summer of 1990. Another special project was the Council's participation in the impact study undertaken by Price Waterhouse on the

## NFPMC STRUCTURE AND PERSON-YEAR (PY) ALLOCATION 1990-91



egg in Canada. No significant changes were made to the survey design nor to cost components methodology in comparison to the previous survey. The Committee is, however, of the view that the return to producers should be increased from prime plus two percent to prime plus four percent.

## **CANADIAN CHICKEN MARKETING AGENCY**

In response to a Council suggestion, the Agency agreed to enlarge its COP Committee by inviting five non-producers to sit as full members of the Committee. The Committee's mandate is to determine the cost of producing chicken in 1990 that would reflect the performance of an efficient segment of the production sector in Canada.

## COST OF PRODUCTION AND PRICING

could include improvements to the laying rate of hens for egg production, and the feed conversion ratio for laying hens, broilers and turkey. The feed conversion ratio is the amount of feed required to produce a dozen eggs or a kilogram of poultry meat.

The COP formulas are updated each month by the Agencies using public sources of information to index cost increases and decreases for such factors as pullets, chicks or poult, labour, feed, interest rates or assets.

In 1981, the Council published guidelines to assist the agencies in developing and carrying out cost-of-production surveys and in updating their formulas. These guidelines, which were revised in 1989, set uniformly high standards for conducting national surveys by consulting firms acting on behalf of the agencies. They also ensure the system treats producers and consumers fairly, as well as establishing more predictable cost factors and pricing procedures.

A Council representative sits as an observer on the COP committee of each agency when surveys are being designed and carried out, and the results are being prepared for implementation.

### CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

In June 1990, the Council's representatives attended the first meeting held by the CEMA COP Committee to discuss the 1990 survey, to determine the cost of producing

A survey of major cost factors in the production of poultry and table eggs is carried out on behalf of each agency and is based on a representative sample of producer farms. The surveys are used to obtain an average cost of production (COP), either nationally or provincially. The results are used by the CEMA as the basis for establishing the farmgate price for grade A large eggs. They are also used by the CTMA and CCMA as pricing references for the provincial farmgate prices of turkey and chicken and for comparative advantage purposes within the overbase quota allocation methodology.

Under the terms of the Farm Products Marketing Agencies Act and the federal-provincial agreements, the Council has the authority and the responsibility to approve the methodology and results of cost-of-production surveys for the regulated commodities. It also approves the use of cost-of-production information in pricing formulas and comparative advantage calculations.

The major cost factors include: pullets (laying hens) for table eggs; chicks and poult for chicken and turkey; feed, which is the most significant factor; labour, including the labour of the farmer and the farmer's family; overhead; depreciation; and return on producer investment in the enterprise. The basic information on the major cost factors is updated by the agencies every two or three years through a national survey to take into account increased productivity efficiencies. These efficiencies

TABLE 16

## AGENCY BUDGETS

1990 - 1991

	C . E . M . A .				C . T . M . A .				C . C . M . A .				C . B . H . E . M . A .			
	1990	(%)	1991	(%)	1990	(%)	1991	(%)	1990	(%)	1991	(%)	1990	(%)	1991	(%)
REVENUES																
LEVIES	8321	92.7	8200	95.0	2017	96.7	2028	100.0	3419	94.9	3545	95.1	597	100.0	709	100.0
INTEREST	660	7.3	430	5.0	68	-	-	-	185	5.1	182	4.9	-	-	-	-
MISCELLANEOUS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL REVENUES	8981	100.0	8630	100.0	2085	96.7	2028	100.0	3604	100.0	3727	100.0	597	100.0	709	100.0
EXPENSES																
SALARIES, MEETINGS, DIRECTORS' FEES	3188	41.3	3370	32.7	731	41.4	806	39.0	1374	46.1	2012	54.7	431	67.2	369	62.6
ADVERTISING & PROMOTION	2996	38.8	4975	48.2	542	30.7	620	30.0	573	19.2	714	19.4	2	0.3	3	0.5
OFFICE	436	5.6	496	4.8	53	3.0	61	3.0	136	4.6	174	4.7	46	7.2	89	15.1
RENT	307	4.0	306	3.0	69	3.9	70	3.4	123	4.1	219	6.0	25	3.9	26	4.4
DEPRECIATION	95	1.2	129	1.2	43	2.4	39	1.9	36	1.2	50	1.4	6	0.9	2	0.3
PROFESSIONAL & CONSULTING	403	5.2	821	8.0	109	6.2	225	10.9	312	10.5	398	10.8	99	15.4	50	8.5
RESEARCH	315	4.1	224	2.2	170	9.6	245	11.9	-	-	-	-	-	-	-	-
MISCELLANEOUS	-21	-	-	-	49	2.8	-	0.0	424 *	14.2	113	3.1	32	5.0	50	8.5
TOTAL EXPENSES	7719	100.3	10323	100.0	1766	100.0	2066	100.0	2978	100.0	3680	100.0	643	100.0	589	100.0

Source: C.E.M.A., C.T.M.A., C.C.M.A., C.B.H.E.M.A.

\* Includes relocation expenses

Note: 1990 data reflects actual figures, while 1991 are budget forecasts

**TABLE 15**  
**BROILER HATCHING EGGS**  
**1990 levies**

<i>(cents per broiler hatching egg marketed)</i>			
	<i>National</i>	<i>Provincial</i>	<i>Total</i>
<i>Quebec</i>	0.1528	0.3500	0.5028
<i>Ontario</i>	0.1528	0.1672	0.3200
<i>Manitoba</i>	0.1528	0.4000	0.5528
<i>Alberta</i>	0.1528	0.3648	0.5176
<i>British Columbia</i>	0.1528	0.2205	0.3733

**TABLE 14**  
**BROILER HATCHING EGGS**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1990 - 1991**

	1990				1991	
	Initial		Final		Initial	
	Domestic	Export	Domestic	Export	Domestic	Export
	(MILLIONS)					
QUE.	131.4	0.12	133.0	0.00	134.7	0.00
ONT.	145.5	4.00	141.0	0.01	141.5	0.00
MAN.	18.0	0.00 *	17.8	0.00 *	18.7	0.00 *
ALTA.	49.1	0.00	51.7	0.11	54.7	0.11
B.C.	60.9	0.00	66.1	0.00	66.3	0.00

Source: Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency Quota Regulations

\* Less than 0.01 %

**TABLE 13**  
**BROILER HATCHING EGGS**  
**NET PROVINCIAL PRODUCTION (1)**  
**1986 - 1990**

PROVINCE	1986		1987		1988		1989		1990		NUMBER OF PRODUCERS
		%		%		%		%		%	
(000'S OF HATCHING EGGS)											
B.C.	45,302	11.8	50,310	11.8	51,786	11.9	55,165	12.7	60,212	13.4	45
ALTA.	46,097	12.0	50,545	11.9	49,649	11.4	48,157	11.1	50,710	11.3	57
SASK.*	11,672	3.0	13,588	3.2	12,085	2.8	11,719	2.7	12,422	2.8	N/A
MAN.	15,470	4.0	17,934	4.2	21,105	4.9	17,626	4.0	17,644	3.9	38
ONT.	122,679	31.8	141,222	33.1	144,235	33.2	142,295	32.7	145,726	32.4	87
QUE.	114,149	29.6	121,825	28.6	122,784	28.3	127,349	29.2	128,239	28.5	71
ATL. PROV. (2)*	29,978	7.8	30,688	7.2	32,240	7.4	33,274	7.6	35,371	7.9	N/A
CANADA	385,347	100.0	426,112	100.0	433,884	100.0	435,585	100.0	450,324	100.0	298 (3)

Source: Agriculture Canada HATCHERY REVIEW

\* Saskatchewan and Atlantic Provinces are not members of the Agency.

(1) Equals net eggs set less imports and interprovincial "in" plus exports and interprovincial movement "out".

(2) Breakdown by Atlantic Province not available for reasons of confidentiality.

(3) Excludes Saskatchewan and Atlantic Provinces producers.

**TABLE 12**  
**BROILER HATCHING EGGS**  
**MARKET STATISTICS**  
**1986 – 1990**

	1986	1987	1988	1989	1990
(000'S OF HATCHING EGGS)					
DOMESTIC PRODUCTION	385,347	426,112	433,884	435,585	450,324
IMPORTS	67,437	81,846	75,920	74,492	89,867
TOTAL SUPPLY	452,784	507,958	509,804	510,077	540,191
EXPORTS	1,315	2,390	2,675	2,831	163
DISAPPEARANCE	451,469	505,568	507,129	507,246	540,028

Source: Agriculture Canada HATCHERY REVIEW

provincial and export quota. In December 1990, Council approved an amendment to the Agency's levies order increasing the levy penalty imposed on producers in signatory provinces to 17.5 cents from 5 cents per broiler hatching egg marketed in excess of that producer's interprovincial or export quota. The revised levy came into effect January 1991.

For non-signatory provinces, a penalty of 5 cents per hatching egg is imposed on a producer, dealer, or hatchery operator marketing a non-signatory province's production in interprovincial trade into a signatory province in excess of the orderly marketing quota for that producer, dealer or hatchery operator.

## Levies

The Agency's levies order allows it to collect money to fund its operation. The order permits the application of levies on hatching eggs marketed in interprovincial and export trade within the signatory provinces as well as marketings from the non-signatory provinces into the signatory provinces.

As a result of shared jurisdiction between the national and provincial levels, the levy is collected by each provincial commodity board on behalf of the national Agency. Any amendments to the Agency's levy order must be approved by Council.

In order to accelerate the reduction of its debt, the Agency requested Council's prior-approval for a 1991 levy of .1700 cents per broiler hatching egg marketed in interprovincial and export trade. The Agency's previous levy of .1528 cents had been in effect since August 1988. Council approved the new levy rate in December 1990.

## Financial performance

In February 1991, the Agency requested a temporary levy increase of 50%. The revised levy of .2550 cents will be in effect from June 1991 until May 1992. The primary purpose of the increase is to allow the Agency to retire its debt at a faster pace and be debt free by April 1992. The revised levy was approved by Council in March 1991.

The Agency in 1991 collected total revenues of \$596,845, almost entirely from levies. With total expenses of \$641,120, the Agency's expenses over revenue were \$44,275. When combined with deficit at the beginning of the year, the Agency's fund balance ended the year with a deficit of \$231,948.

The Agency's original 1991 budget accounted for revenues of \$709,000 and expenditures of \$600,000. However, as a result of the Agency's temporary levy increase, the revised 1991 revenues are now forecasted at \$809,534 or 36% higher than 1990.

Total 1991 expenses of \$600,000 on the other hand are forecasted to decrease by approximately 6%. This is expected to be mainly the result of a decrease in directors fees and expenses.

## Ongoing concerns:

- Agency's financial situation

# CANADIAN BROILER HATCHING EGG MARKETING AGENCY

## SUPPLY MANAGEMENT

### Import controls

Canada and the United States reached an agreement on September 13, 1990 which provided for an increase in the access level of imports from 19.0% to 21.1% of the estimated Canadian domestic production of broiler hatching eggs for the same year. The 21.1% was subdivided into an annual access level of 18.0% for hatching eggs and 3.1% for egg-equivalent chicks.

Effective January 1991, the 21.1% hatching eggs and 3.7% for chicks. Broiler hatching eggs will continue to be substitutable for chicks at the conversion rate of 1.27 eggs per chick. However, as a result of the agreement, no conversion of chick import quota into broiler hatching eggs will be permitted.

### Schedule B

In 1990, an amendment to the federal-provincial agreement was circulated by the Council to signatories to seek agreement to revise Schedule B to the marketing plan for the agency. Schedule B gives the methodology by which the Agency determines provincial quota allocations. The new methodology allows the Agency to be more market responsive in its production planning as it is no longer tied to the preliminary allocations of the Canadian Chicken Marketing Agency for forecasting purposes.

### 1990 and 1991 quota allocations

In December 1990, Council prior-approved the final 1990 quota allocations at 419,739,110 broiler hatching eggs and the preliminary 1991 allocations at 416,178,438 broiler hatching eggs.

The Agency's decision was based on the recommendation of its Advisory Committee and the allocations were arrived at using the new methodology in Schedule B. The Advisory Committee is composed of representatives of the hatchery industry, processors, further processors, the fast food sector and government.

### Overmarketing penalties

The Agency's utilizes a dual penalty system to assess overmarketing penalties.

In the event of intraprovincial, interprovincial or export trade overmarketing, penalties are assessed according to the terms in the Agency's liquidated damages assessment resolution. This resolution sets a penalty of 17.5 cents per broiler hatching egg that is produced and marketed in Canada in excess of 101% of a provincial allocation.

An additional penalty can also be applied through the Agency's levies order on a producer marketing in excess of that producer's inter-

# CHICKEN LEVIES 1988 - 1990

PROVINCE	1988				1989				1990			
	NATIO- NAL	PRO- VINCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE	NATIO- NAL	PRO- VINCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE	NATIO- NAL	PRO- VINCIAL	TOTAL LEVIES	TOTAL REVENUE
	(CENT PER kg)			(\$)	(CENT PER kg)			(\$)	(CENT PER kg)			(\$)
B.C.	0.34	1.65	1.99	207,000	0.43	1.77	2.20	66,798 (1)	0.50	0.80	1.30	335,448 (3)
ALTA.	0.34	0.85	1.19	104,000	0.43	0.42	0.85	0 (2)	0.50	0.50	1.00	128,589 (4)
SASK.	0.34	1.08	1.42	66,000	0.43	1.07	1.50	79,990	0.50	1.00	1.50	95,886
MAN.	0.34	0.76	1.10	92,000	0.43	0.76	1.19	121,401	0.50	0.76	1.26	144,309
ONT.	0.34	0.55	0.89	820,000	0.43	0.70	1.13	1,061,198	0.50	0.80	1.30	1,283,610
QUE.	0.34	0.54	0.88	798,000	0.43	0.67	1.10	942,196	0.50	0.78	1.28	1,134,672
N.B.	0.34	0.99	1.33	65,000	0.43	1.19	1.62	84,170	0.50	1.19	1.69	102,971
N.S.	0.34	0.91	1.25	89,000	0.43	0.82	1.25	106,697	0.50	1.00	1.50	132,532
P.E.I.	0.34	0.22	0.56	4,000	0.43	0.50	0.93	8,308	0.50	0.50	1.00	11,650
NFLD.	0.34	2.50	2.84	32,000	0.43	2.07	2.50	40,242	0.50	2.20	2.70	48,939
CANADA TOTAL				2,277,000				2,511,000				3,418,606

Source: CCMA

Note: Levies are subject to approximation and/or rounding.

(1) 1988 levies that were paid in 1989.

(2) Alberta is not a member of the Agency and had no contractual arrangement with the Agency for 1989 and therefore no levies were paid.

(3) 1989 levies that were paid in 1990.

(4) Alberta is a member of the Agency since July 30, 1990. Levies paid were for the period of August 1 to December 1, 1990.

TABLE 10  
CHICKEN  
CCMA QUOTA ALLOCATIONS  
1990 - 1991

QUOTA PERIOD	REGULATED		UNREGULATED		TOTAL	OVER	
	AREA		AREA*			ACTUAL PRODUCTION	(UNDER) PRODUCTION
(kg - EVIS.)							
1990 preliminary	480,795,248		58,204,752		539,000,000		
1st period	79,924,404		9,675,595		89,600,000	89,371,550	(228,450)
2nd period	82,932,835		10,067,165		93,000,000	95,475,221	2,475,221
3rd period	79,334,958		9,665,041		89,000,000	91,288,971	2,288,971
4th period	79,159,573		9,560,427		88,720,000	87,555,637	(1,164,363)
5th period	83,045,759		10,054,241		93,100,000	99,440,474	6,340,474
6th period	81,506,836		9,893,165		91,400,001	93,624,428	2,224,427
1990 FINAL	485,904,365		58,915,634		544,819,999	556,756,281	11,936,282
***1991 preliminary	503,000,000		66,000,000		569,000,000		
1st period	82,000,000		11,000,000		93,000,000	93,950,000	**
2nd period	83,000,000		12,100,000		95,100,000	98,204,000	**
							3,104,000
							**

\* BRITISH COLUMBIA

Source: NFPMC

\*\* Preliminary

\*\*\* Figures are based on a total of six periods.

**CHICKEN**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1987 - 1990**

PROVINCE	1987		1988		1989		1990		1990
	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	
B.C.	52,168	10.130	54,464	10.360	59,255	11.431	58,916	10.814	238
ALTA.	42,832	8.317	43,381	8.252	41,522	8.010	44,635	8.193	240
SASK.	14,513	2.818	14,662	2.789	14,195	2.738	15,212	2.792	83
MAN.	21,165	4.110	20,726	3.942	20,158	3.889	21,283	3.906	136
ONT.	182,118	35.363	185,236	35.235	181,940	35.097	191,615	35.170	806
QUE.	161,379	31.336	164,710	31.330	160,263	30.916	169,222	31.060	690
N.B.	14,464	2.809	14,672	2.791	14,270	2.753	15,228	2.795	40
N.S.	18,712	3.633	19,127	3.638	18,552	3.579	19,575	3.593	65
P.E.I.	798	0.155	1,367	0.260	1,313	0.253	1,748	0.321	7
NFLD.	6,853	1.331	7,373	1.402	6,918	1.335	7,387	1.356	20
CANADA TOTAL	515,002	100.000	525,719	100.000	518,386	100.000	544,820	100.000	2,325

Source: CCMA Quota regulations

Note: All figures refer to eviscerated weight and are subject to approximation and/or rounding.

**TABLE 8**  
**CHICKEN**  
**MARKET STATISTICS**  
**1989 - 1990**

YEAR	1989					1990				
QUARTER	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
	(000 kg - EVIS.)									
OPENING STOCKS	10,852	8,076	7,425	8,060	10,852	9,238	7,646	10,456	10,873	9,238
DOMESTIC PRODUCTION	125,424	135,731	135,712	125,871	522,738	129,774	146,410	143,331	136,957	556,472
IMPORTS										
-LIVE (EVIS. WT)	1,223	1,990	1,570	1,784	6,567	1,667	556	489	240	2,952
-CARCASS AND PARTS	7,486	10,311	10,751	10,228	38,776	11,518	12,479	11,911	11,090	46,998
TOTAL SUPPLY	144,985	156,108	155,458	145,943	578,933	152,197	167,091	166,187	159,160	615,660
EXPORTS	258	149	121	118	646	268	195	462	162	1,087
ENDING STOCKS	8,076	7,425	8,060	9,238	9,238	7,646	10,456	10,873	15,820	15,820
DISAPPEARANCE	136,651	148,534	147,277	136,587	569,049	144,283	156,440	154,852	143,178	598,753

Source: Agriculture Canada

outstanding 1989 levies and under a contractual arrangement with the Agency is paying its 1989 liquidated damages.

#### Financial performance

The Agency's balance of funds entering 1990 was \$916,895. Revenues totalling \$3.6 million were collected and expenditures of approximately \$3.0 million were incurred, resulting in income from operations of \$625,853.

In 1990 the Agency also collected \$533,156 in liquidated damages, resulting in a year end balance of funds of \$2,061,336.

Budgeted revenues for 1991 are expected to be \$3.7 million compared to \$3.6 million in 1990. The prime factor contributing to the rise in revenue results from the full participation by all signatory provinces to pay their respective levies.

Mainly as a result of anticipated increases in directors and committee meetings, staff remuneration and travel, and professional fees, the Agency's 1991 expenses will be approximately \$3.8 million compared to \$3.0 million in 1990.

#### Ongoing concerns:

- Address concerns relative to the determination and allocation of quota;
- Elimination of poundage penalties;
- Encourage British Columbia and the Northwest Territories to become full members of the Agency;
- Improved operation of Consultative Committee.

by the Ontario signatories. Council attempted to reach a solution through an informal meeting between the parties but did not conduct a formal inquiry into this matter. These second period allocations were prior-approved by Council in January 1991. The third period allocations were set at 91.4 mkg. and challenged by the Ontario signatories. A hearing was convened by the Council in March, but a number of procedural motions before the inquiry panel resulted in an adjournment. The complaint was subsequently withdrawn by the Ontario signatories.

#### Levies

The Agency may impose levies on producers in the signatory provinces on the production or marketing of chicken, sufficient to cover the administrative and marketing expenses of the Agency. Council has the responsibility to review and approve the levy rates.

The Agency may, with the concurrence of the commodity board, appoint the provincial board to collect the levies on its behalf. The levies are also included in the Agency's cost-of-production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors.

For the year 1991 the Agency did not consider it necessary to change its levy rate from .5000 cents per kg (liveweight). The Agency was able to achieve its objective; to build a general reserve equivalent of six months of operating expenses. This objective was attained as a result of the province of Alberta paying its levy commencing August 1, 1990 when it became a member of the Agency. In addition, British Columbia made its final payment for its 1988 overproduction penalty, paid up all

Penalized provinces will incur, on a periodic basis, a monetary penalty of 25 cents/kg. on overproduction that is less than or equal to the size of the provincial sleeve and 50 cents/kg for any additional production. For 1991, these rates will increase by 25 cents/kg. In addition, the Agency maintained an annual penalty of 25 cents/kg. for production exceeding 101% of the 1990 annual net allocation. Again, this penalty has also increased by 25 cents/kg. to 50 cents for 1991.

A production cutback of one kilogram per kilogram produced will also be assessed on all production exceeding the province's final allocation.

#### 1991 quota allocation

The Agency met in September 1990 and established the 1991 preliminary annual allocation at 569 mkg. and first period allocations of 93.0 mkg. At the same time, the Agency also discussed, but did not accept, Ontario's special request for an additional allocation of 8 mkg. over 1991.

This decision was challenged by the Ontario signatories. An inquiry was held in November 1990. In Council's opinion, the first period allocations were adequate but Council was not satisfied that the global allocations were adequate to meet the needs of Central Canada and particularly Ontario, and asked the Agency to reconsider the global quota. The Agency agreed to address the shortage on a period by period basis. (Copies of the inquiry report are available on request).

The Council prior-approved a preliminary global quota of 569 mkg. and a first period allocation of 93.0 mkg., in December 1990.

The second period 1991 allocations set at 95.1 mkg. were also challenged

Council was also withdrawn eventually; the result of the Agency and FPPAC agreeing to establish a committee to look at the mandate of the SMC and the market indicators that the Agency should look at when making its decisions. The Council approved the fifth period allocations of 88.72 mkg.

Sixth period allocations were challenged by the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC), as having deviated from the recommendations of the SMC. The Council did inquire into this complaint in August 1990, but did not rule for the CPEPC. The allocations for sixth period were approved by Council at 91.4 mkg. and, at the same time, 544.8 mkg. was set down as the final 1990 global allocation. (Copies of Council's decision on this matter are available on request).

### Overproduction penalties

For the 1990 production year, the Agency was again required to assess both monetary and poundage cutback penalties for signatory provinces that exceeded their allocation.

It was the Agency's intention to suspend, for a three year trial period beginning in 1990, the requirement for poundage cutback penalties. The three year period would allow member provinces sufficient time to evaluate the effectiveness of the Agency's new periodic liquidated damages system. Support from the signatories was requested. By the time of the Agency's liquidated damages assessment meeting in May 1991, the required full support had not been obtained, as two provinces still expressed some concerns with the proposal. Therefore, the 1990 overproduction will be assessed according to the Agency's new periodic penalty system as well as assessing a production cutback.

the time the Agency was established (the base). Any increased production (overbase quota) must be allocated according to criteria listed in the marketing plan, such as comparative advantage of production. For the 1990 production year, the Agency combined the original base quota plus a new figure called Overbase I, which is representative of the final 1988 allocations. The Agency chose 1988 as the new Overbase I as, in its opinion, all regional market needs were met and it satisfied the objects of an Agency as specified in the Act.

### 1990 quota allocation

The preliminary global allocations for 1990 were set at 539 mkg. Quota allocations for the year were divided over six periods instead of five.

As the year progressed, Council agreed to inquire into several complaints from signatories and industry on the levels of production set by the Agency on a periodic basis. The fourth, fifth and sixth period 1990 allocations made by the Agency each resulted in notices of complaint being served on the Council.

The fourth period (July 1 to August 25) allocations were only approved by Council after the Agency's decision had been challenged by both the Ontario signatories and, later, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC). The complaint from the CPEPC was eventually withdrawn. The Ontario signatories requested an indefinite postponement of their complaint, which resulted from a denial by the CMA of a request for additional quota under the Agency's Special Requests Policy.

The Agency's allocations for the fifth period (August 26 to October 27) were challenged by the further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC). Its complaint to

# CANADIAN CHICKEN MARKETING AGENCY

## SUPPLY MANAGEMENT

### How Quotas Are Set

CCMA sets a preliminary national production target - or quota - and allocates this target production among the provinces in the fall of each year. Adjustments are made to the total, according to changing market conditions during the year (over six periods). The quota level is agreed upon by the Agency after considering recommendations from its Supply Management Committee (SMC). This committee comprises representatives from all sectors of the chicken industry, as well as consumers and provincial governments.

The Agency's quota order must be prior-approved by the Council. When considering approval, the Council requires the Agency to justify its allocation, particularly when there is a departure from the production level recommended by its SMC. It also requires the Agency to submit a clear and justifiable procedure for arriving at the provincial shares of the quota.

When allocating shares of the total quota to the provinces, the Agency first considers the basic provincial market shares set out in the chicken marketing plan. These represent production levels of each province at

## Northwest Territories

In March, 1990, signatories discussed the entry of the North West Territories (NWT) to the chicken marketing plan. In order to respond to the concerns expressed by the signatories the NWT commissioned the firm of Deloitte Touche to do an impact study.

This study was distributed to all signatories for comment in advance of Council circulating an amendment to the federal-provincial agreement to allow the NWT to become a member of the Canadian Chicken Marketing Agency.

In February 1991, based on the positive response from the majority of signatories, the NWT formally requested the Council to circulate an amendment. The Agency will now draft the amendment to the federal-provincial agreement which must first be signed by the NWT and then receive unanimous consent by all signatories.

### Alberta Joins the Agency

In August of 1990 Alberta became a member of the Canadian Chicken Marketing Agency. The process started a year earlier when Alberta requested to become a signatory to the federal-provincial agreement for chicken. The signatories unanimously agreed on the terms of Alberta's entry.

TABLE 7  
TURKEY  
LEVIES  
1988-1990

PROVINCE	1988				1989				1990			
	NATIO- NAL	PRO- VINCIAL	TOTAL	TOTAL	NATIO- NAL	PRO- VINCIAL	TOTAL	TOTAL	NATIO- NAL	PRO- VINCIAL	TOTAL	TOTAL
			(CENTS PER kg)	(\$)			(CENTS PER kg)	(\$)			(CENTS PER kg)	(\$)
B.C.	1.30	1.50	2.80	415,913	1.30	1.50	2.80	407,824	1.30	1.50	2.80	442,107
ALTA.	1.30	0.83	2.13	253,131	1.30	1.00	2.30	266,693	1.30	1.40	2.70	372,661
SASK.	1.30	1.10	2.40	125,999	1.30	1.10	2.40	129,425	1.30	1.10	2.40	144,895
MAN.	1.30	1.80	3.10	335,680	1.30	1.80	3.10	336,987	1.30	1.80	3.10	376,312
ONT.	1.30	1.10	2.40	1,480,701	1.30	1.10	2.40	1,523,427	1.30	1.10	2.40	1,589,309
QUE.	1.30	1.70	3.00	976,130	1.30	1.70	3.00	1,002,245	1.30	1.70	3.00	1,054,657
N.B.	1.30	1.68	2.98	71,290	1.30	1.60	2.90	72,540	1.30	1.60	2.90	85,587
N.S.	1.30	1.45	2.75	103,092	1.30	1.45	2.75	105,257	1.30	1.45	2.75	113,292
CANADA TOTAL				3,761,936				3,844,398				4,178,820

Source: CTMA, Agriculture Canada

Note: Total (revenues) were obtained by converting provincial production (evs. wt.) to live weight using a factor of 1.2195 and then multiplying by total levy in cents/kg.

**TABLE 6**  
**TURKEY**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1987 - 1991**

PROVINCE	1987		1988		1989		1990-1991		1990
	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	QUOTA (000 kg)	MARKET % SHARE	
B.C.	11,203	9.963	11,919	10.279	11,938	10.219	13,102	10.439	55
ALTA.	9,699	8.626	9,983	8.609	10,055	8.607	10,949	8.723	63
SASK.	4,312	3.835	4,472	3.857	4,473	3.829	4,723	3.763	27
MAN.	8,512	7.570	8,562	7.384	8,544	7.314	9,192	7.323	84
ONT.	47,343	42.104	48,732	42.027	49,511	42.381	52,516	41.840	155
QUE.	26,723	23.766	26,856	23.161	26,871	23.001	29,080	23.169	146
N.B.	1,707	1.518	2,266	1.954	2,266	1.940	2,429	1.935	17
N.S.	2,943	2.617	3,165	2.730	3,165	2.709	3,524	2.808	19
CANADA TOTAL	112,442	100.000	115,955	100.000	116,823	100.000	125,515	100.000	566

Source: CTMA quota regulations

Note: Values were converted from imperial units and then rounded to the nearest thousand. All figures refer to eviscerated weight.

TABLE 5  
TURKEY  
MARKET STATISTICS  
1989 - 1990

	BROILER			HEN			8 KG AND OVER			TOTAL		
	1989	1990	% CHANGE 1989-90	1989	1990	% CHANGE 1989-90	1989	1990	% CHANGE 1989-90	1989	1990	% CHANGE 1989-90
	(000 kg)			(000 kg)			(000 kg)			(000 kg)		
OPENING STOCKS	3,842	3,078	-19.89	3,778	2,635	-30.25	7,278	** 5,620	** -22.78	14,898	11,333	-23.93
DOMESTIC PRODUCTION	36,598	36,167	-1.18	33,534	32,492	-3.11	43,995	53,361	21.29	119,410	128,064	7.25
IMPORTS												
- LIVE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,275	1,729	35.61	1,275	1,729	35.61
- CARCASS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	165	27	-83.64	165	27	-83.64
- OTHERS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,266	2,596	14.56	2,266	2,596	14.56
AVAILABILITY	40,440	39,245	-2.95	37,312	35,127	-5.86	54,979	* 63,333	* 15.19	138,014	143,749	4.16
EXPORTS												
- LIVE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
- CARCASS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	186	244	31.18	186	244	31.18
- OTHERS	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,892	5,528	-6.18	5,892	5,528	-6.18
TOTAL SUPPLY	40,440	39,245	-2.95	37,312	35,127	-5.86	48,901	* 57,561	* 17.71	131,936	137,977	4.58
ENDING STOCKS	3,078	3,542	15.07	2,635	4,008	52.11	5,620	6,788	20.78	11,333	14,338	26.52
DISAPPEARANCE	37,362	35,703	-4.44	34,677	31,119	-10.26	43,281	* 50,773	* 17.31	120,603	123,639	2.52

Source: Agriculture Canada

\* Includes turkey parts

\*\* Includes further processed turkey

At a meeting in November 1990, the Council prior-approved the extension of the existing levy rate of 1.3 cents per kg. (liveweight) for 1991.

#### Financial performance

Income from levies in 1990 was \$2.08 million, including interest and overproduction contributions, an increase of 9.5% over the previous year. Total expenses were \$1.76 million, leaving a balance of \$457,599 including \$139,148 in contributions for overproduction.

In November, 1990, the Council approved the Agency's 1991 budget of \$2.067 million dollars in expenses, and a projected deficit of \$39,000. Advertising, promotion and market development continue to represent the highest proportion of the budget ( at 42%).

#### Ongoing concerns:

- enforce the periodic penalty system;
- cost of production update.

provincial turkey marketing boards, penalties are subject to financial penalties (liquidated damages) at 22 cents per kg (eviscerated poultry) and production cutbacks equal to the amount of any overproduction of their allocation.

A new provision concerning the overproduction of multiplier-breeders was added to the promotion agreement in 1988. Under a provision concerning the overproduction of multiplier-breeders, provinces are also subject to financial penalties of 33 cents per kg.

In the promotion agreement, the provincial allocations for 1990 were applied on classes of production and on a periodic basis in line with market demand (periodic penalty system). However, no enforcement system was agreed upon by the Agency directors.

#### 1991/1992 quota allocation

With the change in production periods becoming effective May 1, 1991, the preliminary quota was set for 1991/1992 at 128.4 million kg, and was prior-approved by the Council in August 1990. An additional allocation of 3.2 million kg was prior-approved by Council in January 1991 (to account for multiplier breeders), revising the 1991/92 quota allocations to 131.6 million kg.

#### Levies

The CTMA's administrative costs are covered by a levy collected on its behalf by the turkey marketing boards in each province. This levy is included in the Agency's cost-of-production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors. The levy must be approved by the Council.

# CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

## SUPPLY MANAGEMENT

How quotas are set

The CTMA sets a preliminary annual national production target - or quota - approximately six months before each fiscal year. This preliminary total is shared among the provinces and gives producers time to schedule production for the early months of the upcoming production year. The national total and provincial shares are then finalized by the Agency to ensure that total annual market demand is met. The amount of frozen product in storage, as of January 1, and its composition by bird-weight are considered when setting the final production target.

The Agency also considers the recommendations of its consultative and production committees when establishing its annual production targets. The consultative committee represents all sectors of the turkey industry, as well as government and consumers. The managers of three provincial turkey commodity boards comprise the production committee.

Provincial quota allocation is made according to the basic provincial market shares set out in the turkey marketing plan. The market shares were based on production levels at the time the Agency was established (the base). Any increased production (overbase quota) must be allocated according to criteria listed in the marketing plan, e.g. as comparative advantage of production.

In 1990, the CTMA changed its quota year from a calendar year to the production period of May 1 to April 31. The Agency's regulations were revised in April 1990, to reflect this change. The Agency has reported that the industry feels that this change will improve flexibility and efficiency, particularly during the peak period of December.

Before a quota order may be implemented, it must be prior-approved by the Council. The Agency must provide documented justification for quota levels and a rationale for the methodology used to arrive at provincial allocations. This is to satisfy the Council that target production levels are appropriate and provincial allocations conform to the criteria set out in the Federal-Provincial Agreement.

## 1990 quota allocation

The 1990 global quota allocation of 121.3 million kg, prior-approved by Council in March of 1990, excluded primary and multiplier breeder quota. In August of 1990, the Agency requested Council to prior-approve an amendment to the quota regulations which provided for 4.6 million kg. of quota for primary and multiplier breeders and also reflected a downward adjustment of 423,688 kg. of overproduction from 1989. The final 1990 quota was prior-approved at 125.51 million kg.

## Overproduction penalties

Under the terms of a promotion agreement, signed every year by the

TABLE 4  
EGGS  
LEVIES  
1990

PROVINCES	CONSUMER ADDED TO COP PRICE	PRODUCER* NOT ADDED TO COP PRICE	ADMINISTRATIVE LEVIES				TOTAL LEVIES	TOTAL LEVY REVENUE
			CEMA ADDED TO COP PRICE	PROVINCES		TOTAL LEVIES		
				ADDED TO COP PRICE	NOT ADDED TO COP PRICE			
(CENTS PER DOZEN)								
B.C.	7.00	4.62	2.00	1.50	0.00	15.12	7,922,142	
ALTA.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	5,045,330	
SASK.	7.00	4.62	2.00	1.90	0.00	15.52	2,480,318	
MAN.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	7,502,471	
ONT.	7.00	5.00	2.00	2.00	0.50	16.50	27,116,911	
QUE.	7.00	4.84	2.00	2.00	0.00	15.84	10,274,366	
N.B.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	1,440,927	
N.S.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.00	15.62	2,736,069	
P.E.I.	7.00	4.62	2.00	2.00	0.07	15.69	421,503	
NFLD.	7.00	4.62	2.00	2.00	1.00	16.62	1,393,589	
(DOLLARS)								

Source: Agriculture Canada

Note: Producer prices are based on a monthly update of the cost of production (COP) obtained from a survey of producers. Financing for the operations of national agencies and provincial commodity boards is obtained from levies which are added or subtracted from the COP updated price each month.

\* Producer not added to COP was weighted in order to indicate the increase in levy.

TABLE 3  
EGGS  
SURPLUS REMOVAL PROGRAM  
1986 - 1990

	DOMESTIC SURPLUS					EXPORT SURPLUS				
	SURPLUS REMOVED					SURPLUS REMOVED				
	1986	1987	1988	1989	1990					
(BOXES OF 15 DOZENS)	2,391,780	2,372,625	2,718,248	3,628,718	3,817,919	(BOXES OF 15 DOZENS)	810,560	1,378,300	1,385,170	832,936
	(\$ MILLIONS)						(\$ MILLIONS)			
SALE TO PROCESSORS	24.715	19.281	21.509	35.994	38.138	EXPORT REVENUES	5.587	8.691	6.240	4.790
REMOVAL EXPENSES	37.650	35.813	46.431	64.324	69.721	REMOVAL EXPENSES	12.629	21.115	24.767	23.022 *
LOSS	-12.935	-16.532	-24.922	-28.330	-31.583	LOSS	-7.042	-12.424	-18.527	-18.212
	(DOLLARS)						(DOLLARS)			
AVERAGE COST PER BOX	-5.650	-6.968	-9.168	-7.807	-8.272	AVERAGE COST PER BOX	-8.688	-9.014	-13.375	-12.330

Source: CEMA

Note: Historical data have been revised.  
\* Includes the fowl removal program.

**TABLE 2**  
**EGGS**  
**PROVINCIAL QUOTA ALLOCATION**  
**1987 - 1990**

PROVINCE	1987		1988		1989		1990		1990
	QUOTA (000'S OF DOZENS)	MARKET % SHARE	QUOTA (000'S OF DOZENS)	MARKET % SHARE	QUOTA (000'S OF DOZENS)	MARKET % SHARE	QUOTA (000'S OF DOZENS)	MARKET % SHARE	
B.C.	54,883	11.988	54,883	11.988	54,947	11.986	53,735	11.985	154
ALTA.	39,634	8.657	39,634	8.657	39,681	8.656	38,805	8.655	228
SASK.	21,676	4.735	21,676	4.735	21,702	4.734	21,223	4.733	79
MAN.	51,947	11.347	51,947	11.347	52,009	11.346	50,862	11.344	231
ONT.	173,768	37.956	173,768	37.956	173,976	37.952	170,137	37.946	652
QUE.	75,393	16.468	75,393	16.468	75,484	16.467	73,818	16.464	171
N.B.	9,386	2.050	9,386	2.050	9,426	2.056	9,259	2.065	19
N.S.	18,697	4.084	18,697	4.084	18,720	4.084	18,307	4.083	38
P.E.I.	3,273	0.715	3,273	0.715	3,221	0.703	3,162	0.705	25
NFLD.	9,163	2.001	9,163	2.001	9,242	2.016	9,058	2.020	29
CANADA TOTAL	457,820	100.000	457,820	100.000	458,408	100.000	448,366	100.000	1,626

TABLE 1  
EGGS  
MARKET STATISTICS  
1986 - 1990

CHANGE BETWEEN 1989-1990	1986	1987	1988	1989	1990
--------------------------------	------	------	------	------	------

CHICK PLACEMENT	23,239	22,950	22,889	21,860	21,980	0.55
EGG LAYERS						
EGG PRODUCTION	25,872	26,062	26,281	25,723	25,301	-1.64
-GRADE A	1,308	1,645	1,266	1,190	1,155	-2.94
-OTHER GRADES	27,180	27,707	27,547	26,913	26,456	-1.70
IMPORTS - GRADE A	478	359	288	452	456	0.88
TOTAL SUPPLY	27,658	28,066	27,835	27,365	26,912	-1.66
TABLE CONSUMPTION	24,128	23,364	23,163	22,374	21,938	-1.95
PROCESSING	2,742	3,280	3,287	4,149	4,479	7.95
EXPORTS - TABLE	1	49	0	9	33	N/A
TOTAL UTILIZATION	26,870	26,644	26,450	26,523	26,417	-0.40
IMPORTS - PROCESSED	5,832	4,791	6,358	4,325	5,012	15.88
EXPORTS - PROCESSED	6,253	9,528	11,401	7,310	9,051	23.82
SURPLUS - BREAKER	2,289	2,277	2,718	3,629	3,818	5.21
SURPLUS - EXPORTS	787	1,373	1,385	833	462	-44.54

(000's) (%)

(000'S OF BOXES OF 15 DOZENS)

TONNES (LIQUID EQUIV.)

(000'S OF BOXES OF 15 DOZENS)

Source: Agriculture Canada, CEMA

Note: Historical data have been revised

The COPE fund ended 1990 with a deficit of \$14.6 million and it is anticipated that this deficit will be reduced to \$10.1 million by the end of 1991.

#### Producer Levy

At its June, 1990, meeting the Council approved a one cent decrease in the producer portion of the CEMA levy from five to four cents effective August 13, 1990.

The 1991 CEMA levy order of thirteen cents effective January 1, 1991, further reduced the producer levy from four cents to two cents as the two cent transfer from the producer to the COPE fund was discontinued.

The producer fund ended 1990 with a balance of \$12.9 million compared with the estimated balance of \$15.7 million forecasted for the year end 1991.

#### Administrative Levy

The 1991 CEMA levy order maintains a two cent administrative levy to finance the operations of the Agency. In 1990, CEMA had an administrative surplus of \$1.2 million which increased the administrative cash reserves from \$4.5 million at the beginning of 1990 to \$5.7 million at the end of 1990.

#### Financial Performance

In 1990, the Agency's total administrative cost was \$7.7 million with total revenues of \$9.0 million. Advertising and promotion continued to be the largest expenditure at \$2.7 million or 35.8% of the total expenses however, this percentage of expenditure is lower than the previous year's 44% as a result of the Agency's austerity program.

The CEMA's 1991 budget projects a deficit of \$1.6 million. Revenues are projected at \$8.7 million and expenses at \$10.3 million. Advertising and promotional expenses at \$4.6 million will take up 45% of the total budget cost.

Despite the anticipated deficit of \$1.6 million, the Agency should still end 1991 with a cash reserve of \$4.1 million. However, the Agency may need a levy increase for 1992 given that the Agency's anticipated expenses are now over \$10 million which requires a minimum levy of 2.5 cents per dozen in order to have sufficient revenues to offset these expenses. The 1991 budget anticipates an increase in expenditures of 16.6% or \$1.4 million over the 1990 budgeted expenditures. Three major expense programs account for 77.5% of this increase. They are CEMA's salmonella control strategy, increased marketing expenditures and the creation of a contingency fund. Normal program cost increase due to inflation make up the remaining 22.5% increase in the Agency's 1991 expenditures.

#### Ongoing concerns:

- Implementation of the Technical Working Committee's recommendations;
- Ontario and Quebec's notice that they intend to withdraw from the national surplus removal program;
- The Alberta Egg Board's challenge of Council's authority.

to make a slight quota adjustment in order that no province would be required to reduce its regulated flocks.

### Levies

Two levies are added to the cost of production (COP) formula used by the CEMA to set producer prices for grade A large eggs. One covers the Agency's administrative costs. The other, the cost-of-production equalization levy (consumer levy), funds the Agency's domestic surplus removal program. Producers also pay a levy to fund export sales of surplus eggs not bought by processors under the domestic surplus removal program. This levy is not passed on to consumers in farmgate egg prices.

All levies must be approved by the Council at least annually.

### Cost-of-Production Equalization Levy

In October 1990, the Agency requested that Council prior-approve an extension to its levy order of thirteen cents for a one year period. It was not proposed to change the levy amount, but the Agency intended to increase by two cents, the amount of the COPE levy (i.e. consumer levy) and decrease by two cents, the producer levy. Thus, nine cents of the levy would be recovered in the producer price (and be passed on to the consumer), the producer levy would decrease from four cents to two, and the administrative levy would remain at two cents.

The Council would not prior-approve the levy order for a one year period but did grant an extension of six months, by which time, the Technical Working Committee would have made its recommendations known as to changes to the surplus removal system. The expiry date of CEMA's levy order is July 27, 1991.

### Controversy Over Subsidized Interprovincial Movement Continues

In the Council's annual report for 1989-90, it was reported that the Agency had undertaken to have a cost benefit analysis study done of its program of subsidizing the interprovincial movement of ungraded eggs. The Agency had decided to continue this program until the end of July 1990, then reevaluate it. Based on the study done by Price Waterhouse, the Agency decided to continue the interprovincial movement program.

It was also reported previously that la Fédération des producteurs d'œufs de consommation du Québec (FEDCO) had advised the CEMA that it intended to file a complaint with the Council should CEMA continue this program. Although Council did receive a notice of complaint from FEDCO in May of 1990, discussions between FEDCO, CEMA and the Council resulted in FEDCO requesting a postponement of Council's inquiry. The complaint remains suspended.

### SUPPLY MANAGEMENT

#### Quotas

Although quota reductions were implemented in 1989 and 1990, the amount of product declared surplus remains high. In 1990, 4.3 million boxes of eggs were declared surplus as compared to 4.5 million boxes in 1989.

In January 1991, the Council prior- approved an amendment to the CEMA quota regulation which increased the quota by .5% and extended it for a one year period. The most recent unregulated flock numbers supplied by Statistics Canada required the Agency

that it was their intention to withdraw from the CEMA's national surplus removal program. The two provinces intend to remove their own surplus eggs using the levies they currently remit to the CEMA for national surplus removal, to finance their own programs. Both provinces stressed that they were not withdrawing from the CEMA and that they would continue to abide by the CEMA's policies in other areas such as quota allocation and pricing. The provinces stated that they were taking this action because the current method of removing industrial product, through an increasing levy, is not acceptable to either Quebec or Ontario and that an alternative method of removing industrial product must be developed.

### Signatories Meet to Discuss Egg Issues

The Signatories to the egg plan met on December 11th, 1990. Three major items were discussed; Ontario and Quebec's notice to operate their own industrial product program, a proposal for a dormant production program and a proposal by Export Packers Company Limited, with respect to product for export.

The signatories agreed that the Technical Working Committee could be formulating recommendations for an alternative industrial product program that could respond to some of Ontario and Quebec's more pressing concerns with the surplus removal program. The Technical Working Committee agreed that an effort would be made to have its recommendations and report ready by early spring 1991. Following the receipt of these recommendations, the signatories could meet again, if required.

The signatories failed to reach agreement on the Agency's proposed dormant quota program which was designed to remove production

from regions with high costs and historical patterns of eggs surplus to local demand.

A proposal put forward by Export Packers to provide an adequate supply of Canadian eggs for export purposes had been in circulation amongst signatories before this meeting. The signatories discussed the proposal and decided that further study was required.

### Grading and Handling Allowance Dispute is Resolved

The Canadian Poultry and Egg Processors' Council (CPPEC) wrote to the Minister in April of 1990 to report that negotiations with the CEMA, respecting the establishment of an acceptable grading and handling allowance for surplus eggs had failed. The Minister asked the Council to try and resolve this issue.

The Council had several meetings with both parties and in July, a temporary agreement was reached in which the CEMA agreed to increase the grading and handling allowance by a further half cent. As well, an impact study would be undertaken with financial assistance from Council. The study to determine the actual costs of grading and handling was undertaken by Price-Waterhouse.

The study was completed in January 1991 and by February, an acceptable allowance was agreed to by both parties. As well, it was agreed that Price-Waterhouse would develop, in 1991, the methodology to automatically update the allowances, on an annual basis, commencing January, 1993. It was also agreed that the updating methodology would be run by Price-Waterhouse, for statistical purposes only, in January 1992, to indicate current cost levels.

# OPERATIONS REVIEW

## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY

### CEMA's Financial Recovery Continues Throughout 1990:

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), through its surplus removal program, is responsible for purchasing surplus eggs from producers and selling them to Canadian breakers for domestic processed use or to export markets. Surplus eggs sold to Canadian breakers for domestic use are priced at a U.S. equivalent competitive price, the Urner-Barry formula price. Export surplus is sold to the highest bidder and usually fetches a price that is lower than the Urner-Barry price.

The Agency's financial position improved significantly during 1990. The Agency began the year with a combined deficit in the surplus removal fund of \$11.1 million and ended 1990 with a fund deficit of \$1.6 million. This was more than offset by an administrative fund surplus of \$5.8 million. By the end of 1990 the CEMA no longer relied upon external borrowings at the bank. The Agency's financial position should continue to strengthen throughout 1991.

Technical Working Committee looks at Alternatives for Supplying the Domestic Processing Industry

The shift in demand from the table market for eggs to the domestic processing industry has, over the recent years, increased the cost of the Agency's buy-back program for surplus eggs. In the fall of 1989, on the recommendation of the signatories, the Council and the

Agency established a technical working committee to look at alternatives and possible changes to the Agency's buy-back program. The group was asked to review the appropriateness of egg producers receiving full cost of production on all eggs produced for the domestic market, whether they are destined for the table or processed markets. As a secondary goal, the group was asked to identify program alternatives which would best pursue the findings and conclusions of the group's analysis. The technical working group met throughout 1990 and early 1991 and its final report is expected to be tabled in April of this year.

### Alberta Challenges the Council's Authority

On January 2, 1990, the Alberta Egg and Poultry Marketing Board went to Federal Court to challenge the Council on how it exercises its powers in relation to CEMA. The Alberta Board is dissatisfied with how decisions made by Council affect the administration of the Federal-Provincial Agreement on Eggs.

In early 1991 an amended Statement of Claim was filed with the Federal Court and it is now anticipated that the Court may hear the challenge in the late summer or early fall of 1991.

Ontario and Quebec Announce their Intention to Withdraw from the National Surplus Removal Plan

In November of 1990, the provinces of Ontario and Quebec announced to the Signatories of the Egg Marketing Plan

## MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

1990 was a year of review for the Canadian agriculture industry. Numerous task forces established by the Minister of Agriculture to conduct an agricultural policy review worked throughout 1990 to formulate recommendations on everything from safety net programs for farmers to competitiveness in the agri-food industry.

As Chairman of the National Farm Products Marketing Council, I was a member of the Task Force which examined the supply management systems for poultry and eggs in Canada. The Task Force reported to the Minister of Agriculture in March of 1991 and has recommended changes to the existing systems that may change the face of the National Farm Products Marketing Council.

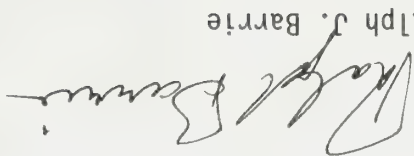
Recommendations have been made to restructure the membership of the Council to include more non-producer representation and to create an independent appeals tribunal. The Task Force has also made recommendations with respect to the representation on the boards of the national marketing agencies.

During 1990-91, Council participated in several new initiatives. The Council and the Canadian Egg Marketing Agency, at the urging of signatories to the egg plan, established a technical committee to examine the operations of the Agency's national surplus removal program, particularly with respect to the pricing of industrial product.

Another major event for the Council was the apple inquiry. In February of 1990, a task force of apple producers came forward with a proposal to establish a national marketing agency for fresh apples. The Council, as mandated under the Farm Products Marketing Agencies Act, conducted an inquiry into this proposal. Public hearings were held in all apple producing regions of Canada during the summer of 1990. A panel of Council members, chaired by Mr. Glenn Flaten included Mme. Lise Bergeron and Mr. Gordon Hunter. The panel made its report to the Council and Council recommended to the Minister of Agriculture in March 1991 that an agency with supply management powers be established for fresh market apples.

The coming year promises change, not only for this Council but for the entire agri-food industry. The world market situation, the outcome of the GATT negotiations, the ongoing consultations under the CUSTA and the impending discussions on a North American Trade Agreement are but a few contributing factors to this changing environment.

Council believes it is ready for new challenges and looks forward to working with the entire industry to prepare for the agriculture of the 90's.

  
Ralph J. Barrie

## NATIONAL MARKETING AGENCIES

The FPMA Act provides the basis in law for the establishment of an agency with the approval of the Governor-in-Council. The Act provides for an agency to be authorized to exercise some or all of the powers outlined in the Act which are then incorporated into a marketing plan. A marketing plan which outlines how an agency is to operate must respect both federal and provincial jurisdictions. This linking of jurisdictions is provided through a federal-provincial agreement.

Signatories to a federal-provincial agreement include the federal Minister of Agriculture and the provincial ministers of agriculture, the Council, supervisory boards, and commodity boards from the participating provinces. Signatories meet periodically to review the performance of an agency, to deal with outstanding issues, and to consider amendments to the agreement. Unanimous consent of signatories is required to amend a federal-provincial agreement.

The national agencies are operated by a board of directors comprised of elected producer representatives from the commodity boards of each participating province. Not all provinces are participants: the Canadian Egg Marketing Agency represents all ten provinces; the Canadian Turkey Marketing Agency represents eight (excludes P.E.I., Nfld.); the Canadian Chicken Marketing Agency represents nine (excludes B.C.); and the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency represents five (excludes Sask., N.B., N.S., P.E.I., Nfld.). As well as the commodity board representatives, there are two federal appointees to the board of the egg agency, one of whom is

chairman. There are also two federal appointees to the boards of the chicken and broiler hatching egg agencies.

All the national marketing agencies are located in Ottawa, with the exception of the Canadian Turkey Marketing Agency, which is in Brampton, Ontario.

# NATIONAL FARM PRODUCTS MARKETING COUNCIL (NFPMC)



establishment, operation and performance of agencies; it also works with agencies to promote more effective marketing of the regulated products.

The Council reviews the operation of the agencies to ensure that their powers are not abused. It may act as the interface between the regulated primary sector and the unregulated sectors. It adjudicates disputes between the agencies and signatories to the federal-provincial agreements and it hears complaints from third parties, such as processors and consumers. Also, the Council may hold public hearings on any aspect of agency operations, as well as on a proposal to establish a new agency. In conducting such hearings, the Council's powers are equivalent to a Commissioner appointed under Part I of the Inquiries Act.

## MEMBERSHIP:

Currently, there are seven appointed members to Council.

Chairman	Mr. Ralph Barrie,	Ontario
Vice-Chair	Mme Lise Bergeron,	Quebec
Exec. Mem.	Mr. Glenn Flaten,	Saskatchewan
Member	Mr. Albert Vielfaure,	Manitoba
Member	Mr. Larry Moynahan,	Ontario
Member	Mr. Eric Hammill,	P.E.I.
Member	Mrs. Peggy Smyth,	Ontario

## BACKGROUND:

The NFPMC was established in 1972 pursuant to the Farm Products Marketing Agencies Act (FPMA Act). The Act stipulates that Council shall consist of not less than three and not more than nine members, at least fifty percent of whom shall be primary producers. The main purpose of the Act is to provide a vehicle for dovetailing the marketing powers of provinces which are limited to intraprovincial trade and those of the federal government which has authority over interprovincial and export trade.

## MANDATE:

The mandate of the Council is to maintain and promote strong, efficient and competitive marketing and production of agricultural products under national marketing plans. Interests of consumers, producers and others in the food chain, must be taken into consideration by the Council.

The FPMA Act provides for two basic types of agency - those with supply control (currently restricted to eggs, poultry and tobacco), and those without. At present, there are four national marketing agencies, each with supply control; for table eggs, turkey, chicken and broiler hatching eggs.

## RESPONSIBILITIES:

The Council is not a regulatory organization. It monitors and reviews the operations of national marketing agencies; it advises the federal Minister of Agriculture on all matters relating to the

# TABLE OF CONTENTS

THE NATIONAL FARM PRODUCTS MARKETING COUNCIL . . . . .	3
MESSAGE FROM THE CHAIRMAN . . . . .	5
OPERATIONS REVIEW . . . . .	6
CANADIAN EGG MARKETING AGENCY . . . . .	6
CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY . . . . .	14
CANADIAN CHICKEN MARKETING AGENCY . . . . .	19
CANADIAN BROILER HATCHING EGG MARKETING AGENCY . . . . .	27
AGENCY BUDGETS - 1990 & 1991 . . . . .	33
COST OF PRODUCTION AND PRICING . . . . .	34
ADMINISTRATIVE REVIEW . . . . .	36
NFPMC FINANCIAL REPORT . . . . .	37
GLOSSARY . . . . .	38

# THE NATIONAL FARM PRODUCTS MARKETING COUNCIL IN 1990-91

## Council Members

Ralph J. Barrie	Chairman
Lise Bergeron	Vice-Chairperson
Glenn Flaten	Executive Member
Albert Vielfaure	Member
Eric Hammill	Member
Larry Moynahan	Member
Peggy Smyth	Member (Appointed June 1990)
Nigel Taylor	Member (retired July 1990)
Gordon Hunter	Member (appointment expired November 1990)

## Council Office

Martel Building  
13th Floor  
270 Albert Street  
Ottawa, Ontario  
P.O. Box 3430, Station D  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

## Mailing Address:

(613) 995-6752  
(613) 995-2097 (Fax)



National Farm Products  
Marketing Council  
Conseil national de commercialisation  
des produits agricoles

270 Albert Street  
P.O. Box 3430, Station D  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

270 rue Albert  
C.P. 3430, station D  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

The Honourable Bill McKnight, P.C., M.P.  
Minister of Agriculture  
House of Commons  
Ottawa, Ontario  
K1A 0A6

Dear Mr. McKnight:

In accordance with Section 16 of the Farm Products Marketing Agencies Act, I submit herewith the Annual Report of the National Farm Products Marketing Council for 1990-1991.

The Council would like to acknowledge the dedication and contribution of its staff and express its appreciation of the assistance rendered by the many organizations which co-operated with the Council in implementing its programs during the year.

Yours sincerely,

Ralph J. Barrie  
Chairman

June 1991

Canada



# ANNUAL REPORT

1990-1991

National  
Farm Products  
Marketing Council  
Conseil national  
de commercialisation  
des produits agricoles

Canada

CA1  
0335  
- A 56

CA1  
DB35  
A56

Government  
Publications

# **National Farm Products Marketing Council**

## **Annual Report 1991-1992**



 National  
Farm Products  
Marketing Council

Conseil national  
de commercialisation  
des produits agricoles



**Canada**

For further information about the activities of the Council, please contact:

***Offices:***

Regulatory and Public Affairs  
13th Floor, Martel Building  
270 Albert Street  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

***Mailing Address:***

P.O. Box 3430  
Postal Station "D"  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4  
Tel.: (613) 995-6752  
Fax: (613) 995-2097

Catalogue No.: A99-1992  
ISBN: 0-662-59462-2

Printed in Canada on recycled paper.

# **National Farm Products Marketing Council**

## **Annual Report**

**1991-1992**

### **Contents**

---

#### **Letter to the Minister**

---

<b>Role of the Council</b>	<b>1</b>
----------------------------	----------

---

<b>Membership of the Council</b>	<b>2</b>
----------------------------------	----------

---

#### **Review of Agency Operations**

Canadian Egg Marketing Agency	3
Canadian Chicken Marketing Agency	13
Canadian Turkey Marketing Agency	19
Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency	24
Costs of Production and Pricing	28

---

#### **Tables**

##### **Table and Processing Eggs**

Supply and Disappearance	7
Trade in Processed Eggs	7
Provincial Quota Allocation	8
Chick Placement	8
Surplus Removal Program	9
Levies 1990 and 1991	10
Levies 1991	11
Agency Budget	12

---

##### **Chicken**

Supply and Disappearance	16
CCMA Quota Allocations	16
Provincial Quota Allocation	17
Levies	18
Agency Budget	18

---

##### **Turkey**

Supply and Disappearance	21
Provincial Quota Allocations	22
Levies	22
Agency Budget	23

---

##### **Broiler Hatching Eggs**

Supply and Disappearance	25
Net Provincial Production	25
Provincial Quotas Allocations	26
Levies	26
Agency Budget	27

---

<b>Glossary</b>	<b>30</b>
-----------------	-----------

## **LETTER TO THE MINISTER**

The Honourable Bill McKnight  
Minister of Agriculture  
Ottawa, Ontario

Dear Mr. Minister:

I am pleased to report to you on the activities of the National Farm Products Marketing Council for the year ended March 31, 1992.

The year was divided into two distinct periods. The first occurred under the chairmanship of my predecessor Mr. Ralph Barrie and the second began with my appointment in late November, 1991.

Your strengthening of the membership of the Council, combined with the receipt of a new mandate, has permitted Council to take the leadership in assisting the poultry sector to become more competitive. In addition to my November 1991 appointment to the chair, in late May 1992, Mr. Laurent Mercier was appointed vice-chairman and Mr. Roy Miske, executive member.

Council immediately proceeded to develop mission and business statements which define how we intend to approach the changes required for second generation supply management. In the year ahead the Council will translate those broad objectives into specific plans for action.

This new approach has already had an impact. In the case of the egg agency, at a meeting of provincial supervisory boards in March 1992, the Council was given the mandate to develop a process that would ensure compliance with, or secure amendments to, the federal/provincial agreement. Details on the operations of the egg, chicken, turkey and broiler hatching eggs agencies are provided later in this report.

The plebiscite planned for 1991 to determine the level of grower support for a new apple marketing agency has been delayed until next year due to the ongoing uncertainties about the GATT.

Proposed changes to the Farm Products Marketing Agencies Act, in the form of Bill C-54, were introduced to Parliament December 12 1991. This will allow for the establishment of special agencies for research and promotion of agricultural commodities.

Finally, delays in the ongoing negotiations for a new General Agreement on Tariffs and Trade created a climate of uncertainty for the supply managed agencies under the Council's supervision. Your government's strong commitment for a strengthening of Article 11 was greatly appreciated by the Council and the agencies.

In summary, with a strengthened membership, a strong mandate and a clear mission, the Council is eager to get on with the task given to us. We are developing a rapport with industry stakeholders which, combined with their expertise and good will, can be of great assistance.

On behalf of the Council,

Yours truly,



Dr. Cliff McIsaac  
Chairman

# **ROLE OF THE COUNCIL**

## **Background**

The NFPMC was established in 1972 pursuant to the Farm Products Marketing Agencies (FPMA) Act. The Act stipulates that Council shall consist of not less than three and not more than nine members, at least fifty percent of whom shall be primary producers. The main purpose of the Act is to provide a vehicle for dovetailing the marketing powers of provinces which are limited to intraprovincial trade and those of the federal government which has authority over interprovincial and export trade.

## **Mandate**

The mandate of the Council is to maintain and promote strong, efficient and competitive marketing and production of agricultural products under national marketing plans. Interests of consumers, producers and others in the food chain, must be taken into consideration by the Council.

The FPMA Act provides for two basic types of agency - those with supply control (currently restricted to eggs, poultry and tobacco), and those without. At present, there are four national marketing agencies, each with supply control; for table eggs, turkey, chicken and broiler hatching eggs.

## **Responsibilities**

The Council is not a regulatory organization. It monitors and reviews the operations of national marketing agencies, advises the federal Minister of Agriculture on all matters relating to the establishment, operation and performance of agencies, and it works with agencies to promote more effective marketing of the regulated products.

The Council reviews the operation of the agencies to ensure that their powers are not abused. It may act as the interface between the regulated primary sector and the unregulated sectors. It adjudicates disputes between the agencies and signatories to the federal-provincial agreements and it hears complaints from third parties, such as processors and consumers. Also, the Council may hold public hearings on any aspect of agency

operations, as well as on a proposal to establish a new agency. In conducting such hearings, the Council's powers are equivalent to a Commissioner appointed under Part I of the Inquiries Act.

## **National Marketing Agency**

The FPMA Act provides the basis in law for the establishment of an agency with the approval of the Governor-in-Council. The Act provides for an agency to be authorized to exercise some or all of the powers outlined in the Act which are then incorporated into a marketing plan. A marketing plan which outlines how an agency is to operate must respect both federal and provincial jurisdiction. This linking of jurisdictions is provided through a federal-provincial agreement.

Signatories to a federal-provincial agreement include the federal Minister of Agriculture and the provincial ministers of agriculture, the Council, supervisory boards, and commodity boards from the participating provinces. Signatories meet periodically to review the performance of an agency, to deal with outstanding issues, and to consider amendments to the agreement. Unanimous consent of signatories is required to amend a federal-provincial agreement.

The national agencies are operated by a board of directors comprised of elected producer representatives from the commodity boards of each participating province. Not all provinces are participants: the Canadian Egg Marketing Agency represents all ten provinces; the Canadian Turkey Marketing Agency represents eight (excludes P.E.I., Nfld); the Canadian Chicken Marketing Agency represents nine (excludes B.C.); and the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency represents five (excludes Sask., N.B., N.S., P.E.I., Nfld.). As well as the commodity board representatives, there are two federal appointees to the board of the egg agency, one of whom is chairman. There are also two federal appointees to the boards of the chicken and broiler hatching egg agencies.

Three of the national marketing agencies are located in Ottawa, the fourth, the Canadian Turkey Marketing Agency, is in Brampton, Ontario.

## ***MEMBERSHIP OF THE COUNCIL***

On March 31, 1992 there were six appointed members to Council.

Chairman	Dr. Cliff McIsaac*
Vice Chair	Vacant**
Executive Member	Mr. Glenn Flaten
Member	Mr. Albert Vielfaure
Member	Mr. Larry Moynahan
Member	Mr. Eric Hammill
Member	Mrs. Peggy Smyth

\* Appointed November 19, 1991,  
Dr. Cliff McIsaac replaced Mr. Ralph Barrie.

\*\* Appointed May 19, 1992, Mr. Laurent Mercier  
replaces Ms. Lise Bergeron.

\*\*\* Appointed May 21, 1992, Mr. Roy Miske  
becomes a fourth Executive Member.

## REVIEW OF AGENCY OPERATIONS

### *Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)*

The Council is concerned about CEMA's inability to resolve the serious disagreement among signatories regarding the management and sharing of responsibility for the removal of surplus table eggs. On a positive note, at the March meeting of the provincial supervisory boards, the Council was mandated to develop a process that would ensure compliance with, or secure amendments to the Federal / Provincial Agreement.

---

Throughout 1991, CEMA struggled with problems related to one of its' major responsibilities, to purchase surplus eggs from producers and to sell them to either, Canadian breakers for domestic processed use, or, to export markets. Surplus eggs sold to Canadian breakers for domestic use are priced at a U.S. equivalent competitive price (the Urner-Barry formula price). Surplus eggs for export are sold to the highest bidder and usually fetch a price that is lower than the Urner-Barry price.

The Council, and many provinces are concerned that the declining market (table eggs) is continuing to subsidize a growing market (eggs for processing) through levies on consumers. These concerns and others prompted two provinces, Quebec and Ontario to withdraw from CEMA's surplus removal program; they are now operating on the basis of annual service contracts with the Agency. Industry and Agency representatives continue to seek agreement on a solution that will supply the domestic processing market without increasing the cost to consumers of fresh table eggs.

During 1991, the Agency's financial position remained stable. The Agency began the year with a (combined) deficit in the surplus removal fund of \$1.6 million and ended 1991 with a slightly reduced fund deficit of \$1.2 million. This deficit was more than offset by an administrative fund surplus of \$4.9 million, and by year end, the Agency did not rely upon any external borrowing. It is not anticipated that the Agency's financial position will improve significantly during 1992.

### ***Technical Working Committee Proposes Alternatives for Supplying the Domestic Processing Industry:***

The Technical Working Committee of signatories, which was struck in 1989, tabled its final report and recommendations in April 1991. Two of the major recommendations were that CEMA consider the formation of an "A" and "B" quota system, with "A" being table eggs and "B" being processed eggs, and that a natural overrun, to be associated with the "A" quota, be determined.

CEMA initially rejected the recommendations of the committee and offered an alternative approach which it felt would achieve more flexibility within the system. The Agency proposed that a quota pool be established, which would then be redistributed to the provinces based on a predefined set of criteria. Any quota not reallocated to the original donating province would be purchased by the Agency and placed in a pool. Provinces which required increased production could purchase this quota from the Agency. The Council's concern with this proposal was that, although it would help to overcome some of the rigidities that exist in the current quota system, it did not respond to the concern that a declining market (table eggs) would continue to subsidize a growing market (the processors), through the consumer levy.

Accordingly, in July 1991 the Council advised the CEMA of its analysis of the Technical Working Committee's final report. Council supported the Committee's concept of an "A" and "B" quota system and that the "B" quota should be

structured to reflect the end use price of that product. The Committee had recommended that the natural overrun be established at 13.92%. Council supported this level but advised that it would expect a credible mechanism to be developed to quantify the overrun and, that it would be reduced over time.

At their July meeting the CEMA Directors also decided to set aside the Agency's alternative proposal and instead proceeded to examine the surplus removal program.

### ***CEMA Decides to Restructure its Surplus Removal Program:***

At meetings held in August and September of 1991 the Agency Directors developed and implemented a proposal to decentralize the surplus removal program.

Effective January of 1992, the industrial product removal program would become a shared responsibility with the provinces. Provincial pricing authority would be returned in part to the provinces. A dormant quota program would be established, as would a voluntary national quota exchange program. Finally, the Agency decided that it would pursue a program of segmented pricing for industrial product.

However, both Saskatchewan and Alberta said the CEMA program of restructuring surplus removal appears to be a substantive change to the systems for surplus removal, pricing and quota allocation. It was their view that, with these changes, the CEMA is operating outside of the authority granted by the Agreement. The Manitoba Poultry and Egg Producers Association expressed the same concerns in a notice of complaint filed with the Council in February 1992. The Council decided not to initiate a complaint inquiry, but did agree to raise the issue with the Provincial Supervisory Boards at their scheduled meeting in March.

### ***A Committee to Review the Federal / Provincial Agreement on Eggs is Established:***

At a meeting of provincial supervisory boards held mainly to discuss the financial future of the egg agency, the Council was given a mandate to develop a process that would ensure compliance with, or secure amendments to, the Federal / Provincial

Agreement. To expedite this process, the Council established a review committee of signatories and industry, to identify and review the issues, to suggest solutions and to develop a revised Federal / Provincial Agreement if necessary. This committee will be meeting on a number of occasions in late spring and early summer; it is hoped that the committee's work can be completed by the end of July '92 so that any proposed changes to the agreement can be presented to the signatories of the egg plan.

### ***A Yearly Service Contract keeps Ontario and Quebec in the National Surplus Removal Plan:***

In Council's annual report for 1990-91, it was reported that Ontario and Quebec had announced their intention to withdraw from the CEMA's national surplus removal program unless major changes were made to the program. At a meeting of the Quebec egg producers held on July 18, 1991, the "Federation des producteurs d'oeufs de consommation du Quebec" (FEDCO) was given direction to end its service contract with the CEMA for surplus removal, effective September 7, 1991. Ontario's withdrawal from the surplus removal program would have been effective as of January 1, 1992.

In December of 1991, Ontario advised the CEMA that they were willing to enter into a one year service contract with the CEMA in order to allow the Agency to proceed with its proposed restructuring of the surplus removal program. Quebec, at a producer meeting held on December 20, 1991, also agreed to re-enter the national surplus removal program on the same basis as Ontario. Under the service contracts both provinces will remove their own surplus. However, any removal levies collected which amount to more than the costs associated with removing their surplus, will be remitted to the CEMA on a weekly basis. When agreeing to these contracts, Quebec stipulated that there should be no producer levy unless it is required, while Ontario's condition was that there should be no pro-rata quota reductions or increases to the consumer levy.

### ***Clarification is Being Sought as to Whether a Province can Withdraw from a Portion of the Agreement:***

The decision of Ontario and Quebec to withdraw from the surplus removal program raised an

important legal question. Can a signatory to the agreement withdraw from certain portions of that agreement and still remain in the plan? Legal opinions differed on the interpretation of paragraph (c) of Part I of the Agreement, which sets out the withdrawal procedures. The Manitoba signatories are pursuing this question in the courts. The case has not yet been heard.

### ***New Brunswick Launches a Complaint Against CEMA's Program to Purchase the Atlantic Overbase Allocation:***

In September 1991, the CEMA Board of Directors proposed to purchase all production in the Atlantic provinces that was over base. Under this program, the Atlantic provinces would agree to return to their base quota allocations as defined in the Proclamation. The 106,110 regulated layers that would be removed would be compensated by the Agency at \$17.00 a bird.

The New Brunswick signatories argued that the Agreement exempted them from any quota cuts, and filed a complaint to Council in February, 1992. Council heard the complaint in March 1992.

The case surrounded the interpretation of section 4(2) of Part II of the Proclamation. The New Brunswick signatories argued that the words in that section prevented the Agency from reducing quota in that province. The Council agreed with the Agency's interpretation, that the paragraph applied only to quota reductions which would have the effect of reducing New Brunswick's allocation to below the base level.

The Council decided that New Brunswick should not be exempt from the Agency's program to purchase overbase quota in the Atlantic provinces. The New Brunswick signatories have appealed Council's decision to the Federal Court. The case has yet to be heard. (A copy of Council's report and decision is available on request.)

### ***Alberta Proceeds with its Challenge of the Council's Authority:***

The last annual report of the Council reported that the Alberta Egg Producers Board had challenged, in the Federal Court, Council's authority with respect to its' decisions relating to CEMA. The case has yet to be heard in the Courts.

## ***Supply Management***

### ***Quotas***

In 1991, 4.5 million boxes of eggs were declared surplus, as compared to 4.3 million boxes in 1990.

In October 1991, the Council prior-approved an amendment to the CEMA Quota Regulations, which extended the regulations for a one year period. The Council agreed to update the rate of lay that the Agency uses to convert dozens of eggs into regulated layers. The conversion formula now uses an average rate of lay for regulated birds of 22.8 dozen, increased from 21.4 dozen.

At its' March, 1992 meeting, the Council prior-approved another amendment to the CEMA's quota regulations, extending the quota regulations for a twelve month period commencing on May 1, 1992. The amendments reduced the quota issuance, in dozens, to both Newfoundland and Prince Edward Island, to their base dozens (as outlined in Section 3 of Part II of the Proclamation). As well, the amendments reduced New Brunswick's overbase issuance, in dozens, by one third.

### ***Levies***

Two levies are added to the cost of production formula ( COPF ) used by the CEMA to set producer prices for grade A large eggs. One covers the Agency's administrative costs. The other, the cost-of-production equalization levy (COPE or consumer levy), funds the Agency's domestic surplus removal program.

Producers also pay a levy to fund export sales of surplus eggs not bought by processors under the domestic surplus removal program. This levy is not passed on to consumers in farmgate egg prices.

All levies must be prior-approved by the Council, at least annually.

In September, 1991, the CEMA decided to seek Council's prior-approval of its' 1992 levy order. Of the proposed 12 cents per dozen of eggs levy, the Agency requested that 9 cents of the levy accrue to the COPE fund. At its October meeting the Council prior-approved the proposed levies for 1992 at 12 cents; 9 cents to the surplus removal fund, two cents to the administrative fund and one cent to the producer fund.

At its November meeting, the Agency directors decided to change the financial accrual that had been proposed at the time the Council prior-approved the levy order. The Agency decided that of the twelve cents collected, 10 cents, not 9 cents, should go into the COPE fund, (this represents a one cent increase in the levy passed through in the formula). There would be no producer levy collected for 1992.

The Council chose not to contest the CEMA's action. Although Council disapproved of the Agency's unilateral action, it was willing to accept the increased COPE levy, as it was required to assist the Agency in overcoming its financial difficulties in 1992.

In January, 1992, the CEMA requested that Council prior-approve a further 2 cent increase in the COPE levy. The Council declined to do so. Council advised the CEMA that they must come to terms with finding a longer term solution to the growing discrepancy between the declining market for table eggs and the growing market for processed eggs.

The COPE fund ended 1991 with a deficit of \$12.5 million and it is anticipated that this deficit will be reduced to \$4.3 million by the end of 1992.

The producer fund ended 1991 with a balance of \$11.3 million. An estimated deficit of \$0.5 million is forecasted for year end 1992 if no producer levy is collected during the year.

The 1992 CEMA levy order maintains a two cent levy to finance the operations of the Agency. In 1991, CEMA had an administration fund deficit of \$0.9 million, which decreased the administrative cash reserves from \$5.7 million at the beginning of 1991 to \$4.9 million at the end of 1991.

## ***Financial Performance***

In 1991, the Agency's total administrative expenses were \$9.7 million with total revenues of \$8.8 million. Advertising and promotion continued to be the largest expenditures at \$4.3 million or 44.3% of the total expenses.

The CEMA's 1992 budget projects a deficit of \$1.7 million. Revenues are anticipated to be \$8.8 million and expenses are expected to be \$10.5 million. Advertising and promotional expenses at \$5.3 million will take up 50.5% of the total budget.

Despite the anticipated deficit of \$1.7 million, the Agency should still end 1992 with a cash reserve of \$3.2 million. However, the Agency will need a levy increase for 1993, given that the Agency's anticipated expenses are now over \$10 million, which requires a minimum administrative levy of 2.5 cents per dozen in order to have sufficient revenue to offset these expenses. The 1992 budget anticipates an increase in expenditures of only \$2 million or an increase of 1.9% over the 1991 budgeted expenditures. Savings in other areas such as professional fees, (no COP survey in 1992), and communications will offset most of the increases in promotion and advertising.

## ***Ongoing Concerns:***

- Progress of the Committee to Review the Federal / Provincial Agreement on Eggs.
- New Brunswick's appeal to the Federal Court, of Council's decision with respect to CEMA's purchase of the Atlantic overbase.
- The Alberta Egg Producers Board's challenge of Council's authority.

## Eggs

### Supply and Disappearance 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991	Change between 1990-1991
<b>Table Eggs</b>						
	(thousand of boxes of 15 dozens)					%
<b>Supply</b>						
Grade A						
Domestic	26,267	26,507	25,915	25,858	<b>25,991</b>	0.51
Imports	359	288	452	461	<b>456</b>	-1.08
	26,626	26,795	26,367	26,319	<b>26,447</b>	0.49
Other Grades	1,287	1,265	1,190	1,157	<b>1,203</b>	3.98
Total	27,913	28,060	27,557	27,476	<b>27,650</b>	0.63
<b>Consumption</b>						
Table Consumption	22,876	22,692	21,905	22,039	<b>21,978</b>	-0.28
CEMA Surplus						
Breaker	2,372	2,718	3,629	3,818	<b>3,641</b>	-4.64
Export	1,378	1,385	833	462	<b>828</b>	79.22
	3,750	4,103	4,462	4,280	<b>4,469</b>	4.42
Total Utilization	26,626	26,795	26,367	26,319	<b>26,447</b>	0.49

Source: Agriculture Canada

## Eggs

### Trade in Processed Eggs

	1987	1988	1989	1990	1991	Change between 1990-1991
	(tonnes, liquid equivalent)					%
Imports	4,791	6,358	4,325	4,985	<b>7,509</b>	50.63
Exports	9,528	11,401	7,310	11,477	<b>13,874</b>	20.89

Source: Agriculture Canada

Note: Historical data have been revised

## Eggs

### Provincial Quota Allocation 1988 - 1991

	1988		1989		1990		1991	
	Quota	Market Share	Quota	Market Share	Quota	Market Share	Quota *	Market Share
	(thousands of dozens)	%	(thousands of dozens)	%	(thousands of dozens)	%	(thousands of dozens)	%
Newfoundland	9,163	2.00	9,242	2.02	9,058	2.02	<b>8,967</b>	<b>2.03</b>
Prince Edward Island	3,273	0.71	3,221	0.70	3,162	0.71	<b>3,132</b>	<b>0.71</b>
Nova Scotia	18,697	4.08	18,720	4.08	18,307	4.08	<b>18,067</b>	<b>4.08</b>
New Brunswick	9,386	2.05	9,426	2.06	9,259	2.07	<b>9,180</b>	<b>2.07</b>
Quebec	75,393	16.47	75,484	16.47	73,818	16.46	<b>72,853</b>	<b>16.46</b>
Ontario	173,768	37.96	173,976	37.95	170,137	37.95	<b>167,914</b>	<b>37.94</b>
Manitoba	51,947	11.35	52,009	11.35	50,862	11.34	<b>50,197</b>	<b>11.34</b>
Saskatchewan	21,676	4.73	21,702	4.73	21,223	4.73	<b>20,945</b>	<b>4.73</b>
Alberta	39,634	8.66	39,681	8.66	38,805	8.65	<b>38,298</b>	<b>8.65</b>
British Columbia	54,883	11.99	54,947	11.99	53,735	11.98	<b>53,033</b>	<b>11.98</b>
Canada	457,820	100	458,408	100	448,366	100	<b>442,586</b>	<b>100</b>

Source: CEMA Quota Regulations

\* Quota has been pro-rated due to amendment to allocations (effective May 1, 1991).

## Eggs

### Chick Placement 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991	Change between 1990-1991
			(thousands)			%
Egg Layers	22,950	22,889	21,860	21,983	<b>21,074</b>	-4.14

Source: Agriculture Canada

## Eggs

### Surplus Removal Program (CEMA) 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991
<b>Domestic Surplus</b>					
	(boxes of 15 dozen)				
Volume Removed	2,372,625	2,718,248	3,628,718	3,817,919	3,641,190
	(\$ millions)				
Revenue					
Sales to Processors	19.281	21.509	35.994	38.138	31.227
Removal Expenses	35.813	46.431	64.324	69.721	65.941
	-16.532	-24.922	-28.330	-31.583	-34.714
	(\$)				
Cost Per Box	-6.968	-9.168	-7.807	-8.272	-8.87

<b>Export Surplus</b>					
	(boxes of 15 dozen)				
Volume Removed	1,378,300	1,385,170	832,936	461,983	827,718
	(\$ millions)				
Revenue					
Sales to Processors	8.691	6.240	4.790	2.937	5.278
Removal Expenses	21.115	24.767	23.022	12.599 *	15.428 *
	-12.424	-18.527	-18.212	-9.662	-10.150
	(\$)				
Cost Per Box	-9.014	-13.375	-12.330	-11.990	-11.590

Source: Agriculture Canada

\* Includes the Fowl Removal program.

## Eggs

### Levies 1990 - 1991

	1990	1991		
	Combined Levies	CEMA Levy Revenue	Combined Levies	CEMA Levy Revenue
	(cents per dozen)	(\$)	(cents per dozen)	(\$)
Newfoundland	16.62	1,127,928	16.00	1,056,177
Prince Edward Island	15.69	352,849	15.30	357,251
Nova Scotia	15.62	2,383,038	15.00	2,246,313
New Brunswick	15.62	1,223,538	15.00	1,147,641
Quebec	15.84	9,070,344	15.00	6,322,510
Ontario	16.50	23,053,671	15.50	21,681,046
Manitoba	15.62	6,622,424	15.00	6,366,553
Saskatchewan	15.52	2,180,554	15.00	2,122,680
Alberta	15.62	4,400,427	15.00	4,447,175
British Columbia	15.12	7,154,090	15.20	6,744,785
Canada		\$57,568,863		\$52,492,131

Source: CEMA

Eggs

Levies 1991

	Consumer	Producer	Administrative			Combined Levies
			National (CEMA)	Provincial		
	added to COP price	not added to COP price	added to COP price	added to COP price	not added to COP price	
(cents per dozen)						
Newfoundland	9.00	2.00	2.00	2.00	1.00	16.00
Prince Edward Island	9.00	2.00	2.00	2.00	0.30	15.30
Nova Scotia	9.00	2.00	2.00	2.00	0.00	15.00
New Brunswick	9.00	2.00	2.00	2.00	0.00	15.00
Quebec	9.00	2.00	2.00	2.00	0.00	15.00
Ontario	9.00	2.00	2.00	2.00	0.50	15.50
Manitoba	9.00	2.00	2.00	2.00	0.00	15.00
Saskatchewan	9.00	2.00	2.00	2.00	0.00	15.00
Alberta	9.00	2.00	2.00	2.00	0.00	15.00
British Columbia	9.00	2.00	2.00	2.00	0.20	15.20

Source: CEMA  
Financing for the operations of national agencies and provincial commodity boards is obtained from levies.

## Eggs

### Canadian Egg Marketing Agency Budget

	1991 (final)		1992 (budget)	
	(\$ 000)	%	(\$ 000)	%
Revenues				
Levies	8,350	94.8	8,475	95.8
Interest	459	5.2	350	4.0
Miscellaneous	-	-	20	0.2
Total Revenues	\$8,809	100.0	\$8,845	100.0
Expenses				
Salaries, Meetings, Directors' Fees	3,312	34.1	3,347	31.4
Advertising and Promotion	4,303	44.3	5,280	49.5
Office	688	7.1	781	7.3
Rent	338	3.5	338	3.2
Depreciation	127	1.3	149	1.4
Professional and Consulting	575	5.9	338	3.2
Research	362	3.7	49	0.5
Miscellaneous	-	-	391	3.7
Total Expenses	\$9,705	100.0	\$10,673	100.0

Source: CEMA

## ***Canadian Chicken Marketing Agency (CCMA)***

The CCMA faced major challenges in 1991-1992. Complaints from signatories about the quota allocation system and liquidated damages assessment system, called for improvements. The Agency continued to try and negotiate a service contract with British Columbia, who had withdrawn from the plan in 1989. As well, some organizational restructuring was undertaken, to provide better stakeholder representation.

---

### ***Supply Management***

#### ***How Quotas Are Set***

In the fall of each year, the directors of the CCMA, on the recommendation of its' Supply Management Committee (SMC), set a preliminary national quota for the year, as well as the first marketing period allocations. To respond to changing market conditions, the Agency makes periodic adjustments (six periods) during the course of the year. The annual quota is finalized with the setting of the sixth period allocation in mid summer. The SMC, for the 1991 production year, was comprised of all sectors of the chicken industry, as well as consumers and provincial and federal governments.

The Agency's Quota Regulation must be prior-approved by the Council. When considering the regulation, the Council requires the Agency to justify its allocation, particularly when there is a departure from the production level recommended by its' SMC. It also requires the Agency to demonstrate a clear and justifiable procedure for arriving at the provincial shares of the quota.

To arrive at provincial market shares, the Agency must first consider the base shares set out in the chicken marketing plan. The base shares represent the provincial production levels prior to the establishment of the Agency in 1978. Any increased production (overbase quota) must be allocated according to the criteria in the marketing plan, e.g. comparative advantage of production.

#### ***Restructuring of the Supply Management Committee***

The CCMA's Supply Management Committee (SMC) has a mandate to make recommendations to its Board of Directors on such things as domestic production levels required to meet the needs of

the various segments of the industry. In response to criticisms and a Poultry Task Force recommendation that the Committee become more industry representative, the Agency restructured the committee to consist of 17 non-voting members and 8 voting members. The voting members represent primary and further processors, fast food, retailers and consumers. The composition of the new committee was approved by the Council in May of 1992.

#### ***Further Processing Committee***

Canadian further processors had raised concerns as to the impact on their industry, of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. As a result, the Agency established a Further Processing Committee which made a number of recommendations in the latter part of 1991 concerning both, items found on the Import Control List (ICL) and, those that are not. The allocation of import quota, new product development, the fowl conversion program, a whole bird policy, and, agreements between integrated and independent further processors, were addressed in the committee's recommendations.

#### ***Criteria Technical Committee***

Various sectors of the industry and provincial governments questioned the Agency's quota allocation criteria and procedures. As a result, the Agency established a committee to review and recommend changes to its current system. A final report was submitted to the directors in November of 1991, recommending changes such as: global quota determination, adjusting and updating Overbase I, the measurement of per capita consumption, and a weighting scheme to be applied to the criteria and the pool.

### **1991 quota allocations**

The preliminary global allocation for 1991 was set at 683.5 million kilograms, live weight, excluding British Columbia, who is no longer a member of the Agency. As a result of periodic adjustments during the year, the final 1991 allocation, which is a summation of the six periods, was revised downwards to 659.7 mkg live weight (excluding B.C.).

In May 1991, the Council prior-approved the fourth-period quota allocation (June 30 to August 24) at 108.1 mkg live weight. The fifth-period allocation (August 25 to October 26) of 110.5 mkg live weight was prior-approved by the Council in July and the sixth period allocation of 107.8 mkg was prior-approved in September.

### **Ontario Board's complaint against 1990 liquidated damages assessment**

On September 6, 1991 the Council held a hearing to allow the Ontario Chicken Producers' Marketing Board and the CCMA, the opportunity to express their positions with respect to the 1990 liquidated damages assessed against the Ontario board for overproduction.

Pursuant to the Agency's Liquidated Damages Assessment (LDA) Resolution, Ontario was assessed a monetary penalty of \$928,321.00 and an annual production cutback of 1,335,491 kg. The Ontario board challenged that the Agency's LDA Resolution was flawed and requested that no penalty be assessed.

After hearing Ontario's arguments, the Council agreed with the Agency's decision that Ontario be assessed both a monetary penalty and a production cutback. The Council, in its decision, also recommended that the Agency examine the analysis by Ontario that the current periodic levee sizes have a discriminatory and differential impact on the member provinces. Furthermore, Council recommended that the Agency re-examine its LDA Resolution in order to address the disruptive effect of the "kilo for kilo" production cutback. (Copies of Council's decision are available on request).

### **Overproduction penalties**

In 1991, the signatories agreed that for 1991 and 1992, the Agency should waive production cutbacks, as a part of its' liquidated damages

assessment procedures. That year, those provinces exceeding their net allocation plus a sleeve (allowable overproduction margin) were penalized 37 cents/kg (live weight) on overproduction that was less than or equal to the size of the provincial sleeve and 55 cents/kg (live weight) for any additional overproduction. These assessments were made on a periodic basis.

In addition, an annual penalty of 37 cents/kg (live weight) was assessed for production exceeding 101% of the annual net allocation.

### **1992 quota allocation**

In September 1991, the Agency established the preliminary 1992 global and first period (January 1 to February 29) allocations at 667.8 million kg (liveweight) and 106.9 million kg (liveweight) respectively.

The second period (March 1 to May 2) allocation of 113.9 mkg live weight (excluding B.C.) was approved by the Council in February 1992.

With respect to the third period (May 3 to June 27), the Agency directors considered an application from the Ontario Board for an additional allocation to satisfy new product development, under the Agency's contingency quota policy. The Agency did not approve the application and subsequently requested the Council's approval of the third period allocation of 105.1 mkg live weight (excluding B.C.).

### **Levies**

To cover its administration and marketing expenses, the Agency may impose levies on producers in the signatory provinces for the marketing of chicken. Council has the responsibility to review and approve the levy rates.

With the concurrence of the commodity board, the Agency may appoint the provincial board to collect levies on its behalf. The levies are also included in the Agency's cost-of-production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors.

For the second consecutive year, the Agency did not change its levy rate of .05 cents per kilogram

(live weight). A balanced budget, as well as a general reserve equivalent of six months of operating expenses, made an increase in levies, unnecessary.

### ***Financial performance***

The Agency's balance of funds entering 1991 was \$2,061,336. Revenues totalling \$3.7 million and expenditures of \$2.9 million were incurred, resulting in income from operations of \$751,711.

In 1991 the Agency also collected \$334,693 in liquidated damages from overproduction in 1989, as well as assessing liquidated damages for the production year 1990 for \$952,328. Of this amount, the Agency collected \$244,238 leaving accounts receivable of \$708,090 and a year end balance of funds of \$2,527,871.

Budgeted revenues for 1992 are expected to be \$3.4 million compared to \$3.7 in 1991. The main reason for the decrease results from the loss of levy revenue from British Columbia.

The Agency's 1992 expenses will be approximately \$3.6 million compared to \$2.9 million in 1991. The increase is mainly attributed to higher general administration expenditures, a new communication plan for the Agency, and a study on salmonella.

### ***Ongoing concerns:***

- To review and revise if necessary, the liquidated damages assessment system to ensure fairness to all provinces.
- Implementation of the Orderly Marketing Regulations (to control marketings from B.C.).
- The completion of the cost-of-production update study.

## Chicken

### Supply and Disappearance 1990 - 1991

	1990					1991				
	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
	(000's of kg - eviscerated weight)									
Opening Stocks	9,238	7,646	10,456	10,873	9,238	15,820	15,779	16,306	12,531	15,820
<i>plus</i> Domestic Production	129,774	146,410	141,679	140,453	558,316	136,289	147,893	145,390	129,933	559,505
<i>plus</i> Imports										
Live (eviscerated weight)	1,638	546	481	235	2,900	0	54	187	1,191	1,432
Carcass and Parts	11,423	12,404	12,084	11,305	47,216	9,229	11,551	12,088	13,456	46,324
<i>equals</i> Total Supply	152,073	167,006	164,700	162,866	617,670	161,338	175,277	173,971	157,111	623,081
<i>minus</i> Exports	269	195	462	186	1,112	214	2,246	1,994	202	4,656
<i>minus</i> Year End Stocks	7,646	10,456	10,873	15,820	15,820	15,779	16,306	12,531	13,914	13,914
<i>equals</i> Domestic Disappearance	144,158	156,355	153,365	146,860	600,738	145,345	156,725	159,446	142,995	604,511

Source: Agriculture Canada

## Chicken

### CCMA Quota Allocations 1991 - 1992

	Regulated Area	Unregulated Area*	Total	Actual Production	Over (Under) Production
(quota period)		(kg - eviscerated)			
1991 preliminary	503,000,000	66,000,000	569,000,000		
1st period	82,000,000	11,000,000	93,000,000	94,183,534	1,183,534
2nd period	83,000,000	12,100,000	95,100,000	98,387,133	3,287,133
3rd period	80,275,178	11,124,823	91,400,001	91,609,226	209,225
4th period	79,560,633	10,439,367	90,000,000	88,472,124	(1,527,876)
5th period	81,328,647	10,671,353	92,000,000	95,022,691	3,022,691
6th period	79,295,431	10,404,569	89,700,000	91,660,693	1,960,693
<b>1991 Final</b>	<b>485,459,889</b>	<b>65,740,112</b>	<b>551,200,001</b>	<b>559,335,401</b>	<b>8,135,400</b>
1992 preliminary	491,703,603	71,296,397	563,000,000		
1st period	78,690,044	11,409,956	90,100,000	90,782,393	682,393
2nd period	83,841,405	12,158,595	96,000,000	95,680,177	(319,823)

Source: CCMA

\* British Columbia

## Chicken

### Provincial Quota Allocation 1988 - 1991

	1988		1989		1990		1991		1991
	Quota	Market Share	Quota	Market Share	Quota	Market Share	Quota * Market Share		Number of Producers
	(000's of kg)	%	(000's of kg)	%	(000's of kg)	%	(000's of kg)	%	
Newfoundland	7,373	1.40	6,918	1.33	7,387	1.36	<b>7,377</b>	<b>1.34</b>	20
Prince Edward Island	1,367	0.26	1,313	0.25	1,748	0.32	<b>2,223</b>	<b>0.40</b>	-
Nova Scotia	19,127	3.64	18,552	3.58	19,575	3.59	<b>19,573</b>	<b>3.55</b>	70
New Brunswick	14,672	2.79	14,270	2.75	15,228	2.80	<b>15,048</b>	<b>2.73</b>	42
Quebec	164,710	31.33	160,263	30.92	169,222	31.06	<b>166,862</b>	<b>30.27</b>	693
Ontario	185,236	35.23	181,940	35.10	191,615	35.17	<b>193,387</b>	<b>35.08</b>	981
Manitoba	20,726	3.94	20,158	3.89	21,283	3.91	<b>21,247</b>	<b>3.85</b>	137
Saskatchewan	14,662	2.79	14,195	2.74	15,212	2.79	<b>14,637</b>	<b>2.66</b>	73
Alberta	43,381	8.25	41,522	8.01	44,635	8.19	<b>45,106</b>	<b>8.18</b>	238
British Columbia	54,464	10.36	59,255	11.43	58,916	10.81	<b>65,740</b>	<b>11.93</b>	255
Canada	525,718	100	518,386	100	544,821	100	<b>551,200</b>	<b>100</b>	2,516

Source: CCMA Quota Regulations

Note: All figures refer to eviscerated weight and are subject to approximation and/or rounding.

## Chicken

### Levies 1990 - 1991

	1990				1991			
	National (CCMA)	Provincial	Combined Levies	CCMA Levy Revenue	National (CCMA)	Provincial	Combined Levies	CCMA Levy Revenue
	(cents per kg)			(\$)	(cents per kg)			(\$)
Newfoundland	0.50	2.20	2.70	48,939	0.50	2.40	2.90	47,474
Prince Edward Island	0.50	0.50	1.00	11,650	0.50	0.50	1.00	14,589
Nova Scotia	0.50	1.00	1.50	132,532	0.50	1.00	1.50	132,938
New Brunswick	0.50	1.19	1.69	102,971	0.50	1.11	1.61	102,920
Quebec	0.50	0.78	1.28	1,134,672	0.50	0.85	1.35	1,152,107
Ontario	0.50	0.80	1.30	1,283,610	0.50	0.80	1.30	1,338,226
Manitoba	0.50	0.76	1.26	144,309	0.50	0.76	1.26	150,211
Saskatchewan	0.50	1.00	1.50	95,886	0.50	1.50	2.00	94,665
Alberta	0.50	0.50	1.00	128,589	0.50	1.00	1.50	300,357
British Columbia	0.00	0.80	0.80	(1)	0.00	1.70	1.70	(1)
Canada				\$3,083,158				\$3,333,487

Source: CCMA

Notes: (1) British Columbia is not a member of the Agency and therefore no levies were paid.

(2) All figures refer to live weight.

Financing for the operations of national agencies and provincial commodity boards is obtained from levies.

## Chicken

### Canadian Chicken Marketing Agency Budget

	1991 (final)		1992 (budget)	
	(\$ 000)	%	(\$ 000)	%
Revenues				
Levies	3,482	75.4	3,300	97.4
Interest	182	3.9	-	-
Miscellaneous	952	20.6	88	2.6
Total Revenues	4,616	100.0	\$3,388	100.0
Expenses				
Salaries, Meetings, Directors' Fees	2,168	73.1	1,891	53.1
Advertising and Promotion	261	8.8	651	18.3
Office	284	9.6	182	5.1
Rent	111	3.7	125	3.5
Depreciation	50	1.7	40	1.1
Professional and Consulting	90	3.0	413	11.6
Research	-	-	-	-
Miscellaneous	-	-	259	7.3
Total Expenses	\$2,964	100.0	\$3,561	100.0

Source: CCMA

## **Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)**

The effect of the economic slowdown in 1991 on turkey disappearance caused a significant buildup of turkey storage stocks. This required the Agency to adjust the 1991-92 production levels by cutting quotas.

---

### **Supply Management**

#### **How quotas are set**

The CTMA sets a preliminary annual national production target - or quota - approximately nine months before each control year starting on May 1st. This preliminary total is shared among the provinces and gives producers time to schedule production for the early months of the upcoming production year. The national total and provincial shares are then finalized by the Agency to ensure that total annual market demand is met. The amount of frozen product in storage, as of January 1, and its' composition by bird-weight, are considered when setting the final production target.

The Agency also considers the recommendations of its' Advisory and Production committees when establishing its' annual production targets. The Advisory Committee represents all sectors of the turkey industry, as well as government and consumers. The managers of three provincial turkey commodity boards comprise the Production Committee.

Provincial quota allocations are made according to the basic provincial market shares set out in the turkey marketing plan. The market shares were based on production levels at the time the Agency was established (the base). Any increased production (overbase quota) must be allocated according to criteria listed in the marketing plan, e.g. comparative advantage of production.

Before a quota order may be implemented, it must be prior-approved by the Council. The Agency must provide documented justification for quota levels and a rationale for the methodology used to arrive at provincial allocations. This is to satisfy the Council that target production levels are appropriate and provincial allocations conform to the criteria set out in the Federal-Provincial Agreement.

#### **1991 / 1992 quota allocation**

With the change in production periods becoming effective May 1, 1991, the preliminary quota was set for 1991-1992 at 128.4 million kg., which had been prior-approved by the Council in August 1990. An additional allocation of 3.2 million kg. was prior-approved by Council in January 1991 (to account for multiplier breeders), revising the 1991-92 quota allocations to 131.6 million kg. In October, 1991, the Council prior-approved a quota reduction of 4 million kg. The quota cut was justified by an increase in storage stocks over the prior year of about the same amount.

#### **Overproduction penalties**

Under the terms of a Promotion Agreement, signed every year by the provincial turkey marketing boards, provinces are subject to financial penalties (liquidated damages) of 22 cents per kg. (eviscerated turkey) and production cutbacks equal to the amount of any overproduction of their allocation.

A new provision concerning the overproduction of multiplier-breeders was added to the promotion agreement in 1988. Under this provision, provinces are also subject to financial penalties of 33 cents per kg.

In the Promotion Agreement, the provincial allocations for 1991 were applied on classes of production and on a periodic basis in line with market demand (periodic penalty system). However, the enforcement system agreed upon by the Agency directors applies to only two of the three turkey categories.

#### **1992-1993 quota allocation**

The Council, at its meeting in October, 1991, prior-approved the 1992 / 1993 preliminary quota

allocation of 128.1 million kg. The new year quota was made up of 123 million kg of commercial turkey, the same amount as the previous year and 5.1 million kg of primary and multiplier breeders.

### ***Levies***

The CTMA's administrative costs are covered by a levy collected on its' behalf by the turkey marketing boards in each province. This levy is included in the Agency's cost of production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors. The levy must be approved by the Council.

At a meeting in November 1991, the Council prior-approved the extension of the existing levy rate of 1.3 cents per kg. (liveweight) for 1992.

### ***Financial performance***

Income from levies in 1991 was \$2.18 million, including interest and overproduction payments, an increase of 1.8% over the previous year. Total expenses were \$2.25 million, leaving a balance of \$64 thousand.

In November, 1991, the Council approved the Agency's 1992 budget of \$2.59 million dollars in expenses, \$2.8 million dollars in revenues and a projected deficit of \$511 thousand. Advertising, promotion and market development continue to represent the highest proportion of the budget (42%).

### ***Ongoing concerns:***

- enforcement of the periodic penalty system;
- cost of production formula.

## Turkey

### Supply and Disappearance 1990 - 1991

	Broiler (less than 5 kg)			Hen (5 - 8 kg)			Tom and Mature (8 kg and over)			Total		
	1990	1991	change 1990-1991	1990	1991	change 1990-1991	1990	1991	change 1990-1991	1990	1991	change 1990-1991
	(000's of kg)		%	(000's of kg)		%	(000's of kg)		%	(000's of kg)		%
Opening Stocks	3,078	3,542	15.07	2,635	4,008	52.11	5,620 **	6,788 **	20.78	11,333	14,338	26.52
<i>plus</i> Domestic Production	36,167	34,911	-3.47	32,492	32,218	-0.84	59,404	62,968	6.00	128,063	130,097	1.59
<i>plus</i> Imports												
Live	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,730	1,511	-12.66	1,730	1,511	-12.66
Carcass	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	28	215	667.86	28	215	667.86
Others	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2,596	3,306	27.35	2,596	3,306	27.35
<i>equals</i>												
Total Supply	39,245	38,453	-2.02	35,127	36,226	3.13	69,378 *	74,788 *	7.80	143,750	149,467	3.98
<i>minus</i> Exports												
Live	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
Carcass	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	244	459	88.11	244	459	88.11
Others	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,528	6,426	16.24	5,528	6,426	16.24
<i>minus</i> Year End Stocks	3,542	2,602	-26.54	4,008	3,872	-3.39	6,788 **	10,347 **	52.43	14,338	16,821	17.32
<i>equals</i> Domestic Disappearance	35,703	35,851	0.41	31,119	32,354	3.97	56,818 *	57,556 *	1.30	123,640	125,761	1.72

Source: Agriculture Canada

\* Includes turkey parts

\*\* Includes further processed turkey

Note: All figures refer to eviscerated weight.

## Turkey

### Provincial Quota Allocation 1988 - 1991

	1988		1989		1990		1991 / 1992		1991
	Quota	Market Share	Quota	Market Share	Quota	Market Share	Quota *	Market Share	Number of Producers
	(000's of kg)	%	(000's of kg)	%	(000's of kg)	%	(000's of kg)	%	
Nova Scotia	3,165	2.73	3,165	2.71	3,524	2.81	3,771	2.86	15
New Brunswick	2,266	1.95	2,266	1.94	2,429	1.94	2,584	1.96	18
Quebec	26,856	23.16	26,871	23.00	29,080	23.17	30,357	23.02	120
Ontario	48,732	42.03	49,511	42.38	52,516	41.84	55,360	41.98	163
Manitoba	8,562	7.38	8,544	7.31	9,192	7.32	9,461	7.17	81
Saskatchewan	4,472	3.86	4,473	3.83	4,723	3.76	4,898	3.71	26
Alberta	9,983	8.61	10,055	8.61	10,949	8.72	11,504	8.72	72
British Columbia	11,919	10.28	11,938	10.22	13,102	10.44	13,943	10.57	57
Canada	115,955	100	116,823	100	125,515	100	131,878	100	552

Source: CTMA Quota Regulations

\* Preliminary Quota for the period ending April 30 1992

Note: All figures refer to eviscerated weight.

## Turkey

### Levies 1990 - 1991

	1990				1991			
	National (CTMA)	Provincial	Combined Levies	CTMA Levy Revenue	National (CTMA)	Provincial	Combined Levies	CTMA Levy Revenue
	(cents per kg)			(\$)	(cents per kg)			(\$)
Nova Scotia	1.30	1.45	2.75	62,808	1.30	1.70	3.00	61,623
New Brunswick	1.30	1.60	2.90	25,120	1.30	1.60	2.90	31,494
Quebec	1.30	1.70	3.00	457,297	1.30	1.77	3.07	451,542
Ontario	1.30	1.10	2.40	890,399	1.30	1.10	2.40	910,800
Manitoba	1.30	1.80	3.10	181,953	1.30	1.80	3.10	180,931
Saskatchewan	1.30	1.10	2.40	45,649	1.30	1.30	2.60	44,174
Alberta	1.30	1.40	2.70	188,887	1.30	2.00	3.30	183,970
British Columbia	1.30	1.50	2.80	204,528	1.30	1.50	2.80	219,999
Canada				\$2,056,640				\$2,084,532

Source: CTMA

Financing for the operations of national agencies and provincial commodity boards is obtained from levies.

## Turkey

### Canadian Turkey Marketing Agency Budget

	1991 (final)		1992 (budget)	
	(\$ 000)	%	(\$ 000)	%
Revenues				
Levies	2,048	96.8	2,085	100.0
Interest	67	3.2	-	-
Miscellaneous	-	-	-	-
Total Revenues	\$2,115	100.0	\$2,085	100.0
Expenses				
Salaries, Meetings, Directors' Fees	834	37.1	957	36.8
Advertising and Promotion	929	41.3	827	31.8
Office	89	4.0	69	2.7
Rent	71	3.2	72	2.8
Depreciation	43	1.9	44	1.7
Professional and Consulting	105	4.7	373	14.4
Research	177	7.9	256	9.9
Miscellaneous	-	-	-	-
Total Expenses	\$2,248	100.0	\$2,598	100.0

Source: CTMA

## ***Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)***

The CBHEMA eliminated its bank debt during the year, and successfully reduced the level of supplemental imports by improving its allocation of production quota.

---

### ***1991 and 1992 quota allocations***

The Agency's quota allocations are established using a formula which is set down in Schedule B of the federal/provincial agreement. The Agency's determination of production levels is now based on the recommendations of its Advisory Committee, rather than the former method of relying on the forecasts of the Canadian Chicken Marketing Agency. The Agency's Advisory Committee is composed of representatives of the hatchery industry, processors, further processors, and the fast food sector and government.

In October 1991, Council prior-approved the final 1991 quota allocations at 408,395,335 broiler hatching eggs. The preliminary 1992 quota of 419,909,708 broiler hatching eggs was subsequently prior-approved by Council in December 1991.

### ***Levies***

To fund the administration of its operations, the Agency imposes levies on producers through a Levies Order. The order permits the collection of money on hatching eggs marketed in inter-provincial movement and export trade within signatory provinces as well as marketings from the non-signatory provinces into the signatory provinces. Any amendments to the Agency's Levies Order must be prior-approved by Council.

The Council, at the Agency's request, approved in March 1991, a temporary levy increase of 50%, which would permit the Agency to retire an outstanding debt by early 1992. The increase will expire on June 13, 1992 and the levy will revert back to .17 cents. The Council is pleased to note that the Agency is working towards eliminating its long standing bank indebtedness.

### ***Financial performance***

In 1991, the Agency collected revenues totalling \$904,582 and incurred expenses of \$594,388 resulting in excess of revenue over expenses of \$310,194. When combined with a beginning of the year deficit of \$231,948, the Agency's 1991 balance of funds ended the year with a surplus of \$78,246.

The Agency's 1992 budget relative to its 1991 year end statement shows a decrease in revenues of approximately \$20,000, due to the June 1992 termination of its temporary extraordinary levy.

Total 1992 expenses are budgeted for \$780,000 compared to 1991 year end expenditures of \$594,000. The increase is mainly due to the creation of a new technical committee and the retirement of the Agency's debt.

## Broiler Hatching Eggs

### Supply and Disappearance 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991
	('000's of hatching eggs)				
Domestic Production	426,112	433,884	435,585	450,323	457,234
<i>plus</i> Imports	81,846	75,920	74,492	89,869	76,659
<i>equals</i> Total Supply	507,958	509,804	510,077	540,192	533,893
<i>minus</i> Exports	2,390	2,675	2,831	163	668
<i>equals</i> Domestic Disappearance	505,568	507,129	507,246	540,029	533,225

Source: Agriculture Canada - *Hatchery Review*

## Broiler Hatching Eggs

### Net Provincial Production (1) 1987 - 1991

	1987		1988		1989		1990		1991	
	000's	%	000's	%	000's	%	000's	%	000's	%
	(hatching eggs)									
Atlantic										
Provinces (2) (3)	30,688	7.2	32,240	7.4	33,274	7.6	35,371	7.9	35,433	7.7
Quebec	121,825	28.6	122,784	28.3	127,349	29.2	128,239	28.5	29,772	28.4
Ontario	141,222	33.1	144,235	33.2	142,295	32.7	145,726	32.4	147,999	32.4
Manitoba	17,934	4.2	21,105	4.9	17,626	4.0	17,644	3.9	17,026	3.7
Saskatchewan (2)	13,588	3.2	12,085	2.8	11,719	2.7	12,422	2.8	12,676	2.8
Alberta	50,545	11.9	49,649	11.4	48,157	11.1	50,710	11.3	50,654	11.1
British Columbia	50,310	11.8	51,786	11.9	55,165	12.7	60,212	13.4	63,673	13.9
Canada	426,112	100	433,884	100	435,585	100	450,324	100	457,233	100

Notes: (1) Equals net eggs set less imports and interprovincial "in" plus exports and interprovincial movements "out".

(2) Atlantic Provinces and Saskatchewan are not members of the Agency.

(3) Breakdown by Atlantic Provinces is not available for reasons of confidentiality.

## Broiler Hatching Eggs

### Provincial Quota Allocation 1989 - 1992

	1989		1990		1991				1992		1991
	Final		Final		Initial		Final		Initial		Number of Producers
	Domestic	Export	Domestic	Export	Domestic	Export	Domestic	Export	Domestic	Export	
	(millions of eggs)										
Quebec	124.3	0.12	133.0	0	134.7	0	129.0	0	136.2	0	65
Ontario	138.1	4.00	141.0	0.01	141.5	0	143.3	0	147.2	0	87
Manitoba	16.9	0 *	17.8	0 *	18.7	0 *	18.5	0 *	19.2	0 *	36
Alberta	46.3	0	51.7	0.11	54.7	0	53.3	0	54.8	0.11	56
British Columbia	55.2	0	66.1	0	66.3	0	64.3	0	67.9	0	45
Canada	380.8	4	409.6	0.12	415.9	0	408.4	0	425.3	0	289

Source: CBHEMA Quota Regulations

\* Less than 0.01 %.

## Broiler Hatching Eggs

### Levies 1990 - 1991

	1990				1991			
	National (CBHEMA)	Provincial	Combined Levies	CBHEMA Levy Revenue	National (CBHEMA) *	Provincial	Combined Levies	CBHEMA Levy Revenue
	(cents per kg)			(\$)	(cents per kg)			(\$)
Quebec	0.1528	0.3500	0.5028	197,549	0.2550	0.2205	0.4755	287,382
Ontario	0.1528	0.1672	0.3200	218,246	0.2550	0.3648	0.6198	299,637
Manitoba	0.1528	0.4000	0.5528	26,954	0.2550	0.4000	0.6550	36,485
Alberta	0.1528	0.3648	0.5176	69,695	0.2550	0.2550	0.5100	107,185
British Columbia	0.1528	0.2205	0.3733	91,598	0.2550	0.2500	0.5050	138,450
Canada				\$604,042				\$869,139

Source: CBHEMA

\* Effective June 1 1991.

Financing for the operations of national agencies and provincial commodity boards is obtained from levies.

## Broiler Hatching Eggs

### Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency Budget

	1991 (final)		1992 (budget)	
	(\$ 000)	%	(\$ 000)	%
Revenues				
Levies	874	96.6	882	99.8
Interest	31	3.4	2	0.2
Miscellaneous	-	-	-	-
Total Revenues	\$905	100.0	\$884	100.0
Expenses				
Salaries, Meetings, Directors' Fees	413	69.5	516	66.2
Advertising and Promotion	3	0.5	12	1.5
Office	45	7.6	46	5.9
Rent	24	4.0	27	3.5
Depreciation	6	1.0	3	0.4
Professional and Consulting	74	12.5	133	17.8
Research	-	-	-	-
Miscellaneous	29	4.9	37	4.7
Total Expenses	\$594	100.0	\$780	100.0

Source: CBHEMA

## ***Cost of Production and Pricing***

**The Council and the agencies have embarked on intensive discussions about the whole area of the costs of production.**

---

A survey of major cost factors in the production of poultry and table eggs is carried out on behalf of each agency and is based on a representative sample of producer farms. The surveys are used to obtain an average cost of production (COP), either nationally or provincially. The results are used by the CEMA as the basis for establishing the farmgate price for grade A large eggs. They are also used by the CTMA and the CCMA as pricing references for the provincial farmgate prices of turkey and chicken and for comparative advantage purposes within the overbase quota allocation methodology.

The major cost factors include: pullets (laying hens) for table eggs; chicks and poults for chicken and turkey; feed, (which is the most significant factor); labour, (including the labour of the farmer and the farmer's family); overhead; depreciation; and return on producer investment in the enterprise.

The basic information on the major cost factors is updated by the agencies every two or three years through a national survey to take into account gains in productivity and efficiency. These gains could include improvements to the laying rate of hens for egg production, and the feed conversion ratio for laying hens, broilers and turkey. The feed conversion ratio is the amount of feed required to produce a dozen eggs or a kilogram of poultry meat.

The COP formulas are updated each month by the Agencies using public sources of information to index cost increases and decreases for such factors as pullets, chicks or poults, labour, feed, interest rates and indexing the assets.

In 1981, the Council published guidelines to assist the agencies in developing and carrying out cost of production surveys and in updating their formulas. These guidelines, which were revised in 1989, set standards for conducting national surveys by consulting firms acting on behalf of the

agencies. They also ensure that the system treats producers and consumers fairly, as well as establishing more predictable cost factors and pricing procedures.

A Council representative sits as an observer on the COP Committee of each agency when surveys are being designed and carried out, and when the results are being prepared for implementation.

### ***Canadian Egg Marketing Agency***

The 1990 egg cost of production survey report was reviewed by the Council in February, 1992. The survey, commissioned by CEMA, was required to update the current cost of production formula which is based on the 1986 survey. The Council found the proposed formula unacceptable, as it does not reflect the performance of an efficient segment of the production. The Council would not endorse the Agency's proposal that, both the rate of return to producers and the cost of financing, would increase by two percent, and, fringe benefits would increase by 3.3%. The Council expressed its concerns about the minimal participation of producers in the survey and the relatively high margin of error in the 1990 survey results. Discussions are continuing.

### ***Canadian Chicken Marketing Agency***

At Council's suggestion, the Agency agreed to enlarge its' COP Committee by inviting five non-producers to sit as full members of the Committee. The Committee's mandate is to determine the cost of producing chicken in 1990 that would reflect the performance of an efficient segment of the production sector in Canada. The implementation of the 1990 survey, which was expected to be on January 1, 1992, has been delayed.

### ***Canadian Turkey Marketing Agency***

In July 1991, the Agency established a new COP Committee, to undertake the updating of the COP study. Like the previous study conducted in 1988, the 1991 survey will be based on data provided by producers through a survey, and, on the costs of a model farm, as determined in 1988. It is the Agency's expectation to submit the final report to Council in August 1992.

The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency does not have a COP formula.

## GLOSSARY

**Basic Import Quota (Global)** Under the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), import restrictions may be imposed if a national supply management scheme is operating for a given commodity. The level of imports is negotiated between governments with reference to the historical volume of imports by importers of record. Import quotas are administered by the Department of External Affairs.

**Breakers** The segment of the egg industry that makes processed egg products.

**Breeder turkey** A female turkey that has produced an egg, or a male turkey that has produced semen.

**Broiler hatching eggs** Eggs laid for the production of chicken. The eggs are incubated and sold as day-old chicks to chicken farmers who raise them for slaughter.

**Cost-of-production (COP) formula** Under the national supply management programs, a cost-of-production formula is used to arrive at a farmgate price or producer price. The farmgate price allows producers to recover their input costs (such as feed, pullets, energy, overheads, depreciation, labour, etc.) at a level that, over a period of time, will return to the producers their cost of production plus a reasonable return. The costs are established by a national survey at the producer level, undertaken by consultants at the direction of a national agency. Generally, these surveys are updated every two years. The Canadian Egg Marketing Agency uses a formula to set producer prices for Grade A large eggs, while producer prices for turkey and chicken are set by the provincial marketing boards using provincial cost data obtained as above. The procedures for collecting, analysing and updating costs are closely monitored by the NFPMC.

**Disappearance** The apparent domestic consumption of a product, taking into account imports and exports.

**Dressed poultry** Blood and feathers removed. Eviscerated poultry The respiratory, digestive, reproductive and urinary systems, the head, the legs at the hock joints and the oil sac have been removed from a dressed bird.

**Feed conversion ratio** The amount of feed required per kilogram to produce one dozen eggs or one kilogram of poultry meat.

**Federal-Provincial Agreement** National marketing programs function under both federal powers, covering interprovincial and export trade, and provincial powers, covering production and marketing within a province. A federal-provincial agreement is signed by the federal Minister of Agriculture and the ministers of agriculture in each province participating in the program. The agreement interlinks or dovetails provincial powers with each other and with the federal powers. (Other signatories are the supervisory board and marketing board for the regulated product in each participating province.) A federal-provincial agreement is negotiated by potential signatories prior to the proclamation of an agency. It has been customary to attach the draft of the proclamation and the marketing plan and sometimes the initial proposal for the agency, as reference documents.

**Grades and grading** Eggs, chicken and turkey are graded according to federal government regulations and standards. Egg grading is done by registered grading stations or by producer graders. (A producer grader is an egg producer who has his own grading and sizing equipment. Such a facility does not handle eggs for any other producer.) Grade A eggs (extra large, large, medium, small and peewee) are sold for table consumption. Other grades, B and C, are usually sold to the egg processing industry for the manufacture of a range of egg products, including liquid, frozen, and powdered eggs.

Turkey is produced and sold in three eviscerated weight ranges: broilers (less than 5.4 kilograms), hens (5.4 to less than 9 kilograms) and toms (9 kilograms and over).

Chicken is produced and sold in two eviscerated weight ranges: broilers (less than 2 kilograms) and roasters (more than 2 kilograms).

**Layer** A layer is a hen of the species *Gallus Domesticus* that has reached 20 weeks of age and is producing eggs for human consumption.

**Lay period** The period of time a laying flock is kept in production, which starts at approximately 20 weeks of age and continues for about a year.

**Levies** Monies collected from producers at rates determined by an agency and provincial commodity boards to fund the administration and marketing programs of the agency and provincial boards. The levies are collected under the authority of federal and provincial orders or regulations subject to the approval or authorization of the NFPMC and provincial supervisory bodies. Two additional levies are collected on eggs.

**Cost-of-production equalization (COPE) levy** also known as consumer levy: collected from egg producers to fund the diversion of eggs to the processing industry for eventual consumption within Canada. The eggs diverted are surplus to the weekly fresh shell egg table market.

**Producer levy:** collected from egg producers to fund the purchase by the CEMA of eggs surplus to Canadian domestic needs (i.e. fresh plus processing) for resale on export markets.

Producer levy charges are not passed on to consumers through a COP add-on, but are a direct reduction in the price received by producers.

**Marketing agency** A marketing agency can be a national or regional body, established by proclamation under the Farm Products Marketing Agencies Act to administer a marketing plan for a regulated commodity. Except for an initial start-up grant of \$100,000 from the federal government, an agency is funded through the collection of levies on the product marketed. An agency is operated by a board of directors usually composed of one producer representative from each province participating in the marketing program. Not all provinces participate in the existing national marketing programs: the egg marketing program has all 10 provinces, the turkey marketing program has eight; the chicken marketing program has nine; and the broiler hatching egg program has five. In addition, there are two federal appointees to the boards of the CEMA (one of whom is chairman) and the CCMA.

**Marketing board** A marketing board is a provincial body set up under provincial legislation to co-ordinate or regulate the marketing of a farm product within a province. They were introduced

to stabilize prices, supplies and producer income in the primary sector, and to strengthen producers' bargaining power in the face of increasing concentration in other sectors of the food industry. There are more than 100 boards in Canada, with differing powers, performing a variety of functions, such as negotiating prices with processors, promotion, pooling producer returns, market research, and a few which regulate production through quota systems.

**Marketing plan** A marketing plan specifies the functions and acts that an agency is authorized to perform in implementing a marketing program. A marketing plan relates to the promotion, regulation and control of the marketing of a regulated product in interprovincial and export trade that may include any or all of the following: the determination of the persons to be regulated; the acts which constitute the marketing of the regulated product; the determination and fixing of the quantities of the regulated product authorized to be marketed and the price at which it may be marketed, and other conditions over marketing; the pooling of receipts (levies); licensing; and the imposition and collection of levies or charges. A marketing plan is set in place as part of the proclamation of an agency.

**Mature turkey** Any female turkey which has laid eggs or any male turkey which has produced semen, both male and female being no less than 28 weeks of age at time of slaughter.

**Multiplier breeder turkey** The final genetically engineered product of the primary breeding company, used to produce the eggs for commercial turkey meat growers.

**Nest Run Eggs** are surplus to the table demand and are shipped directly to the processor for domestic use, without being candled or graded.

**Overbase I** Is the difference in kilograms between the CCMA's base quota as agreed on in the Federal-Provincial Agreement and the final 1988 allocation as published in the Canada Gazette.

**Overbase II** Is the growth in the chicken market (kilograms) taken from the combined total of the base and the overbase I to the initial global allocation of the year under consideration.

**Poult** Day-old turkey.

**Primary breeder turkey** Represents the various gene pool lines required in combination to produce a multiplier breeder turkey.

**Processed product** Eggs are processed into liquid, frozen or powdered form as whole egg, yolk or albumen, with or without sugar or salt and are then used in

1) food industries for products such as baked goods, cake mixes, salad dressing, ice cream and noodle products;

2) medical uses, such as pharmacology and bacteriology; and

3) manufacturing industries for products such as leather, dyes, synthetics, hair shampoo and animal food, that can be sold on export markets.

A poultry processor operates a station where poultry (chicken and turkey) is killed, dressed, eviscerated, graded, packed and marked.

With respect to eviscerated poultry, further processing is cutting up into parts, canning (fresh, frozen or dried) or manufacturing into various food products such as legs, wings, breasts, backs, etc., or manufacturing rolls, weiners, sandwich spreads, meat loaf, etc., or cubing or dicing poultry meat.

**Pullet** Young bird, up to 20 weeks of age, sexually mature and ready to start egg production.

**Quota system** Under a national marketing plan, a marketing agency arrives at a national quota figure for the year based on estimates of market need put forward by member marketing boards. Following approval by the NFPMC, this national quota is divided between the member provincial marketing boards according to criteria agreed to in

the marketing plan (e.g., size and growth of market, historical market share, comparative advantage of production, etc.) for allocation to producers in their provinces. Under a provincial quota system, a marketing board assigns each member producer a particular maximum quantity or share in the market for the product the member produces. Initial allocation is usually based on historical evidence of production, although subsequent quota transfers and the policies governing them, vary from province to province.

**Rate of lay** The number of dozens of eggs produced per layer during the lay period (usually 52 weeks of production).

**Signatories** Signatories to a federal-provincial agreement on marketing for a regulated product include the federal Minister of Agriculture, the NFPMC, and the minister of agriculture, supervisory board and corresponding marketing board of each participating province.

**Supplementary Imports** may be permitted if shortages occur and the national agency concerned cannot locate the product, or category of product, in Canada within 72 hours.

**Supply management** The regulation and control of production and marketing of a product through a quota system.

**Surplus removal program for eggs** A primary objective of the national egg marketing plan is to satisfy the needs of the table egg market at all times. Since production levels remain fairly constant throughout the year, while demand varies for table eggs, peaking at Christmas and Easter, there is always a certain amount of eggs surplus to table market requirements. The Canadian Egg Marketing Agency operates a program to remove these surpluses on a week-by-week basis. These eggs are sold to Canadian egg processors for domestic consumption and on export markets.

**Volaille éviscérée/Eviscerated Poultry :** Volaille dépouillée de ses appareils respiratoire, digestif, reproducteur et urinaire, de sa tête, de ses pattes au jarret et de sa glande uropygienne.

**Volaille habillée/Dressed Poultry :** Volaille saignée et plumée.

demeure assez stable tout au long de l'année, mais que la demande fluctue pour les oeufs de consommation nature, avec une pointe à Noël et une autre à Pâques, il y a toujours un certain surplus d'oeufs de consommation nature. L'Office canadien de commercialisation des oeufs gère un plan pour l'écoulement de ces surplus sur une base hebdomadaire. Ces oeufs sont vendus aux transformateurs canadiens d'oeufs aux fins de consommation au pays ou exportés.

**Signataires/Signatories :** Parmi les signataires d'un accord fédéral-provincial et d'un plan de commercialisation visant un produit réglementé, on compte le Ministre fédéral de l'Agriculture, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles, les Ministres provinciaux de l'Agriculture, et puis la régie de surveillance et l'Office de commercialisation de chaque province membre.

**Système de contingentement/Quota System :** Dans un plan national de commercialisation, l'Office de commercialisation détermine le contingent national de l'année d'après la quantité estimative des besoins du marché présentée par les offices de commercialisation membres. Une fois approuvé par le CNCPA, le contingent national est réparti entre les offices provinciaux de commercialisation selon les critères convenus dans le plan de commercialisation (ex.: taille et croissance du marché, part du marché dans le passé, avantage comparé de production, etc.), aux fins de répartition entre les producteurs de leur province. Dans un régime provincial de contingentement, un office provincial de commercialisation attribue à chaque producteur membre une certaine quantité maximale, ou part du marché, pour son produit. Le contingent de départ se fonde habituellement sur la production antérieure, mais les contingents transférés par la suite et les politiques qui les régissent varient d'une province à l'autre.

**Taux de ponte/Lay :** Nombre de douzaines d'oeufs produits par pondreuse au cours de sa période de ponte (habituellement 52 semaines de production).

des besoins hebdomadaires de consommation d'œufs frais.

Prélèvements à la production: sommes recueillies auprès des producteurs pour financer l'achat par l'OCO des excédents aux besoins en œufs frais et transformés du marché canadien; ces œufs sont écoulés hors du Canada.

Les prélèvements à la production ne sont pas reflétés aux consommateurs au moyen de la formule du coût de production, mais plutôt absorbés par les producteurs qui reçoivent en fin de compte un revenu net moindre.

**Produits transformés/Processed Product :** Les œufs qui sont transformés en produits liquides, congelés ou déshydratés (œufs entiers, jaune d'œuf ou albumen) et peuvent contenir ou non du sel et du sucre; ils sont destinés:

1) aux industries alimentaires pour la préparation des produits de boulangerie, des mélanges pour gâteaux, des mayonnaises, de la crème glacée, des nouilles, etc.;

2) à des fins médicales (pharmacologie et bactériologie); et

3) aux industries de fabrication de produits comme le cuir, les teintures, les produits synthétiques, les shampooings et les rations alimentaires pour animaux; et peuvent être vendus sur les marchés d'exportation.

Un transformateur de volailles exploite un établissement où la volaille (dinde et poulet) est abattue, habillée, éviscérée, classée, emballée et étiquetée.

En ce qui concerne la volaille éviscérée, la transformation ultérieure (ou de second cycle) comporte le découpage, la mise en conserve (produits frais, congelés ou déshydratés), la préparation de portions comme les cuisses, les ailes, la poitrine, le dos, etc., la fabrication de roulés, de saucisses, de produits à tartines, de pains de viande, etc., ou le découpage en cubes.

**Programme de retrait des excédents d'œufs/Surplus Removal Program for Eggs :** L'un des principaux objectifs du plan national de commercialisation des œufs est de répondre en tout temps aux besoins du marché des œufs de consommation nature. Comme la production

**Période de ponte/Lay Period :** Cycle de production d'œufs commençant habituellement lorsque le troupeau atteint 20 semaines, et d'une durée d'environ un an.

**Plan de commercialisation/Marketing Plan :** Un plan de commercialisation spécifique les fonctions et les pouvoirs confiés à un office national dans le cadre d'un programme de commercialisation. Un tel plan englobe à la fois la promotion, la réglementation et le contrôle de la commercialisation du produit visé sur les marchés interprovinciaux et d'exportation, y compris un, plusieurs ou tous les éléments suivants: la désignation des personnes soumises à réglementation; la stipulation des pouvoirs associés à la commercialisation du produit réglementé; la détermination des quantités du produit réglementé que les producteurs sont autorisés à mettre sur le marché, des prix que recevront les producteurs et des autres conditions de mise en marché; la mise en commun d'une partie des recettes (redevances prélevées); l'émission de permis; et l'imposition et la levée de redevances ou de frais. Un plan de commercialisation s'établit dans le cadre de la proclamation d'un office national de commercialisation.

**Pondeuse/Layer :** Une pondeuse est une femelle de l'espèce *Gallus domesticus* âgée d'au moins 20 semaines et qui pond des œufs destinés à la consommation humaine.

**Poulette/Puller :** Volaille âgée d'au plus 20 semaines, sexuellement adulte et prête à pondre.

**Prélèvements/Levies :** Cotisations recueillies auprès des producteurs selon les taux établis par un office national et les offices provinciaux de commercialisation qui paient ainsi leurs frais d'administration et leurs programmes de commercialisation. Les prélèvements sont imposés en vertu d'ordonnances et de règlements fédéraux et provinciaux après approbation et autorisation du CNCPA et des offices de commercialisation provinciaux. Pour les œufs, deux prélèvements supplémentaires sont exigés:

Prélèvements de péréquation du coût de production (prélèvements à la consommation: sommes recueillies auprès des producteurs pour financer l'écoulement d'œufs vers le secteur de la transformation, d'où ils seront remis sur le marché canadien. Les œufs ainsi écoulés sont en excédent

Ils sont envoyées directement au transformateur pour utilisation sur le marché domestique sans être classées ou mixées.

**Office de commercialisation/Marketing Agency :** Un office de commercialisation est un organisme national ou régional établi par proclamation sous le régime de la Loi et chargé d'appliquer un plan de commercialisation visant une denrée réglementée. Exception faite de la subvention de démarrage de 100 000 \$ octroyée par le gouvernement fédéral, le financement de chaque office est assuré par le prélèvement de redevances sur les produits commercialisés. Un office national de commercialisation est dirigé par un conseil d'administration habituellement composé d'un représentant des producteurs de chaque province membre. Toutes les provinces ne font pas nécessairement partie des programmes nationaux de commercialisation actuellement en place: en effet, celui des oeufs représente les dix provinces, tandis que celui du poulet en représente neuf, celui du dindon huit et celui des oeufs d'incubation de poulet à chair cinq. En plus des représentants des offices provinciaux de commercialisation, deux membres désignés par le gouvernement fédéral font partie du conseil d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs (l'un d'eux est président) et de l'Office canadien de commercialisation du poulet.

**Office provincial de commercialisation/Marketing Board :** Un office provincial de commercialisation est un organisme provincial constitué conformément à une loi provinciale dans le but de réglementer la commercialisation d'un produit agricole dans une province.

La création de ces offices vise à stabiliser les prix, les approvisionnements et les revenus des producteurs du secteur primaire, ainsi qu'à augmenter la capacité de négociation des producteurs face à la concentration accrue dans les autres secteurs de l'industrie alimentaire. Le Canada compte plus de 100 offices provinciaux de commercialisation ayant des pouvoirs différents et assumant diverses responsabilités, par exemple négociations de prix avec les transformateurs, publicité, mise en commun d'une partie des recettes des producteurs, études de marchés et, dans quelques cas, réglementation de la production grâce à des régimes de contingentement.

main-d'oeuvre, etc.) au cours d'une certaines période de temps et de recevoir une rémunération raisonnable. Les composantes du coût sont déterminées sur la foi des résultats d'une enquête nationale menée par des experts-conseils à la demande de l'Office national. Cette enquête est généralement mise à jour tous les deux ans. L'Office canadien de commercialisation des oeufs utilise une formule pour fixer les prix à la production des oeufs A gros, alors que les offices provinciaux du dindon et du poulet établissent leurs prix à la production sur la base d'enquêtes (semblables à l'enquête nationale) sur les coûts de leurs producteurs. Le CNCPA surveille étroitement les méthodes de collecte, d'analyse et de mise à jour des coûts.

**Gestion des approvisionnements/Supply Management :** Réglementation et contrôle de la production et de la commercialisation d'une denrée grâce à un régime de contingentement.

### **Importations - Contingent de base global**

**pour les importations/Imports - Basic Import Quota (Global) :** En vertu des accords du GATT, des restrictions peuvent être imposées aux importations s'il existe un régime national de gestion des approvisionnements pour une certaine denrée. Le volume des importations est négocié entre gouvernements, à la lumière des données antérieures sur les importations faites par les importateurs enregistrés. Les contingents à l'importation sont administrés par le Ministère des affaires extérieures.

Des importations supplémentaires peuvent être autorisées lorsqu'il y a pénurie et que l'Office national concerné n'est pas en mesure de trouver le produit ou la catégorie de produit au Canada dans un délai de 72 heures.

**Indice de conversion/Feed Conversion Ratio :** La quantité d'aliments nécessaire (en kilogrammes) à la production d'une douzaine d'oeufs ou d'un kilogramme de chair de volaille.

**Oeufs d'incubation de poulet à chair/Broiler Hatching Eggs :** Oeufs destinés à la production de poulet. Après incubation des oeufs, les poussins d'un jour sont vendus aux producteurs de poulets, qui expédieront ceux-ci à l'abattoir.

**Oeufs "Tels quels"/Nest Run Eggs :** Se sont des oeufs qui sont excédent à la demande de la table.

**Accord Fédéral-Provincial**//Fédéral-Provincial Agreements : Les programmes de commercialisation nationaux fonctionnent en vertu d'un mandat fédéral (marchés interprovincial et d'exportation) et de mandats provinciaux (production et commercialisation à l'échelle de la province). Un accord fédéral-provincial (ou entente fédérale-provinciale) est signé par le Ministre fédéral de l'Agriculture et son homologue de chaque province participante. Il a pour objet d'harmoniser et d'intégrer l'autorité de chaque province et du fédéral. (Les autres signataires sont la régie de surveillance et l'office de commercialisation pour le produit réglementé de chaque province participante.) Un accord fédéral-provincial est négocié entre les signataires éventuels avant la proclamation de l'office. Le projet initial d'établissement de l'office, le plan de commercialisation et le texte préliminaire de la proclamation sont habituellement annexés à l'accord à titre de référence.

**Casseries/Breakers** : Le segment d'industrie qui effectue la transformation des oeufs frais en d'autres produits.

**Catégories et classement/Grades and Grading** : Le classement des oeufs, du poulet et du dindon est fondé sur les règlements et les normes du gouvernement fédéral. Le classement des oeufs est effectué dans des stations enregistrées de classe-ment ou par des producteurs classés. (Les producteurs classés sont des producteurs d'oeufs qui exploitent leurs propres installations de classement et de calibrage. Un tel producteur ne classe pas les oeufs pour le compte d'autres producteurs.) Les oeufs de la catégorie A (extra gros, gros, moyens, petits et peewee) sont destinés à la consommation nature. Quant aux catégories B, C et autres, elles sont habituellement vendues au secteur de la transformation des oeufs pour la fabrication d'une gamme de produits liquides, congelés ou en poudre.

Le dindon éviscéré est produit et vendu selon trois catégories: dindons à griller (moins de 5,4 kilogrammes), dindons (5,4 à 9 kilogrammes) et dindons (9 kilogrammes et plus).

Le poulet éviscéré est produit et vendu selon deux catégories: poulets à griller (moins de 2 kilo-

**Contingent en sus de la base I**//Overbase I : Différence, exprimée en kg, entre le contingent de base établi par l'OCCP en vertu de l'Accord Fédéral-Provincial et le contingent définitif de 1988 publié dans la Gazette du Canada.

**Contingent en sus de la base II**//Overbase II : Croissance, exprimée en kg, calculée entre, d'une part, la somme du contingent de base et du contingent en sus de la base I et, d'autre part, le contingent global provisoire de l'année à l'étude.

**Consommation/Disapppearance** : Dans le contexte, il s'agit de la consommation canadienne apparente d'un produit, compte tenu des importations et des exportations.

**Dindon adulte/Mature Turkey** : Tout dindon sexuellement adulte, c'est-à-dire femelle qui a pondue des oeufs ou mâle qui a produit du sperme; il a nécessairement atteint au moins 28 semaines au moment de l'abattage.

**Dindon d'élevage-multiplication/Multiplier Turkey** : Le produit fini que livre, après manipulation génétique, une société d'élevage primaire de dindons aux fins de ponte ou de fertilisation d'oeufs dont proviendront les dindonneaux qu'utilisent les producteurs commerciaux de viande de dindon.

**Dindon d'élevage/Breeder Turkey** : Tout dindon sexuellement adulte, c'est-à-dire femelle qui a produit un oeuf ou mâle qui a produit du sperme.

**Dindon d'élevage primaire/Primary Breeder Turkey** : Dindon d'élevage-multiplication résultant d'une combinaison déterminée de diverses souches de génés.

**Dindonneau/Poult** : Dindon d'un jour.

**Formule du coût de production/Cost of Production Formula** : En vertu des programmes nationaux de gestion des approvisionnements, on utilise une formule de coût de production pour déterminer le prix à la ferme (prix au producteur). Le prix au producteur permet au producteur de récupérer ses frais de production (moules, poulettes, énergie, frais généraux, amortissement,

financièrement de 2 p. cent chacun en plus d'accroître les avantages sociaux de 3,3 p. cent. Le Conseil a exprimé ses réserves au sujet du très faible taux de participation des producteurs à l'enquête et de la marge d'erreur relativement très élevée dans les résultats de l'enquête de 1990. Les discussions se poursuivront.

#### **Office canadien de commercialisation du poulet**

En réponse à une suggestion du Conseil, l'OCCP a accepté d'augmenter le nombre de membres de son Comité de coût de production en invitant cinq non-producteurs à siéger au Comité à titre de membres à part entière. Le mandat du Comité est de déterminer le coût de production du poulet en 1990 de façon à indiquer le rendement d'un segment efficace du secteur de la production au Canada. La mise en oeuvre des résultats de l'enquête de 1990 devait avoir lieu le 1er janvier 1992, mais elle a été reportée.

#### **Office canadien de commercialisation du dindon**

En juillet 1991, l'OCCD a établi un nouveau Comité des coûts de production, qu'il a chargé de mettre à jour l'étude des coûts de production. Comme l'étude précédente de 1988, celle de 1991 sera fondée sur les données obtenues au moyen d'une enquête auprès des producteurs et sur les coûts assumés dans une ferme modèle ou type, qui est déterminée pour l'année 1988. L'OCCD prévoit présenter son rapport définitif au Conseil en août 1992.

L'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair n'utilise pas de formule de coût de production.

**Le Conseil et les offices canadiens de commercialisation ont entamé des discussions intensives sur tous les aspects des coûts de production.**

Les offices nationaux assurent la mise à jour mensuelle des formules de calcul des coûts de production en obtenant, de sources publiques d'information, des renseignements au sujet des hausses et des baisses du coût des facteurs tels, les poulettes, les poussins ou les dindonneaux, la main-d'oeuvre, les aliments, les taux d'intérêt et l'indexation des actifs.

En 1981, le Conseil a publié des lignes directrices afin d'aider les offices nationaux à mettre au point et à mener des enquêtes sur les coûts de production ainsi qu'à tenir à jour leurs formules de coût. Révisées en 1989, les lignes directrices établissent des normes pour l'exécution des enquêtes nationales par des cabinets d'experts-conseils agissant pour le compte des offices nationaux. Elles servent en outre à garantir l'équité du régime tant pour les producteurs que pour les consommateurs et à améliorer la prévisibilité des facteurs de coût et des méthodes de fixation des prix.

Un représentant du Conseil siège à titre d'observateur au Comité des coûts de production de chaque office national lorsqu'il est question de la conception, de l'exécution, de l'analyse et de l'application des résultats d'enquête.

### ***Office canadien de commercialisation des oeufs***

En février 1992, le Conseil a examiné le rapport d'enquête sur le coût de production des oeufs. Parainé par l'OCOC, l'enquête avait pour but de mettre à jour la formule actuelle de coût de production, qui est fondée sur l'enquête de 1986. Le Conseil a jugé que la formule proposée était acceptable car elle ne tenait pas compte de la performance d'un secteur efficace de la production. Le Conseil n'acceptait pas la proposition de l'OCOC qui voulait augmenter le taux de rendement pour les producteurs et les frais de

Chaque office national est tenu de mener une enquête sur les principaux facteurs touchant le coût de production de la volaille et des oeufs en coquille (de consommation) à partir d'un échantillon représentatif de producteurs. Les enquêtes servent à établir un coût de production moyen à l'échelle nationale ou provinciale. L'Office canadien de commercialisation des oeufs utilise ce coût moyen pour déterminer le prix à la production des oeufs de catégorie A gros. L'Office canadien de commercialisation du dindon et l'Office canadien de commercialisation des oeufs utilisent ce coût pour déterminer les prix de référence qui servent à établir les prix à la production des dindons et des poulets à l'échelle provinciale ainsi qu'à évaluer l'avantage comparé de production aux fins de la méthode de répartition des contingents en sus de la base.

Les principaux facteurs de coût sont : les poulettes (ponduses) dans le cas des oeufs en coquille, les poussins et dindonneaux dans le cas des poulets et des dindons, les aliments (le facteur le plus important), la main-d'oeuvre (y compris le travail du producteur et de sa famille), les frais généraux, l'amortissement et le rendement sur le capital investi par le producteur.

Tous les deux ou trois ans environ, les offices nationaux mettent à jour, grâce à des enquêtes nationales, leurs données de base sur les facteurs constituant de leurs coûts de production afin d'y incorporer les accroissements de la productivité. Ainsi, ces données tiennent compte des améliorations de l'efficacité de production, telles l'augmentation du taux de ponte des poules ponduses dans le cas de la production d'oeufs et l'amélioration du taux de conversion alimentaire dans le cas des ponduses, des poulets à griller et des dindons. Le taux de conversion alimentaire est la quantité d'aliments nécessaire à la production d'une douzaine d'oeufs ou d'un kilogramme de viande de volaille.

# Oeufs d'incubation de poulet à chair

Budget de l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair

1992 (prévu)	1991 (définitif)		
(\$ 000)	(\$ 000)	%	(\$ 000)
Recettes	Recettes		
Prélèvements	874	96.6	882
Intérêts	31	3.4	2
Divers	-	-	-
Recettes totales	\$905	100.0	\$884
Dépenses	Dépenses		
Salaires, réunions et honoraires des administrateurs	413	69.5	516
Publicité et promotion	3	0.5	12
Bureaux	45	7.6	46
Loyer	24	4.0	27
Amortissement	6	1.0	3
Services de professionnels et d'experts-consultants	74	12.5	133
Recherche	-	-	-
Divers	29	4.9	37
Dépenses totales	\$594	100.0	\$780
			100.0

Source : OCCCOPC

# Oeufs d'incubation de poulet à chair

## Répartition du contingent entre les provinces 1989 - 1992

	1989		1990		1991		1992		1991
	Définitif	Marché Exportations	Définitif	Marché Exportations	Définitif	Marché Exportations	Définitif	Marché Exportations	
	intérieures	intérieures	intérieures	intérieures	intérieures	intérieures	intérieures	intérieures	Producteurs
Québec	124,3	0,12	133,0	0	134,7	0	129,0	0	65
Ontario	138,1	4,00	141,0	0,01	141,5	0	143,3	0	87
Manitoba	16,9	0 *	17,8	0 *	18,7	0 *	18,5	0 *	36
Alberta	46,3	0	51,7	0,11	54,7	0	53,3	0	56
Colombie Britannique	55,2	0	66,1	0	66,3	0	64,3	0	45
Canada	380,8	4	409,6	0,12	415,9	0	408,4	0	289

Source : "Règlement de l'Office de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet de chair sur le contingentement".  
\* Moins de 0,01 %.

# Oeufs d'incubation de poulet à chair

## Prélèvements 1990 - 1991

	1990				1991			
	National (OCCOIPC)	Provincial	Taux total	Revenu de l'OCCOIPC	National (OCCOIPC) *	Provincial	Taux total	Revenu de l'OCCOIPC
	(cens par oeuf)			(\$)				(\$)
Québec	0,1528	0,3500	0,5028	197,549	0,2550	0,2205	0,4755	287,382
Ontario	0,1528	0,1672	0,3200	218,246	0,2550	0,3648	0,6198	299,637
Manitoba	0,1528	0,4000	0,5528	26,954	0,2550	0,4000	0,6550	36,485
Alberta	0,1528	0,3648	0,5176	69,695	0,2550	0,2550	0,5100	107,185
Colombie-Britannique	0,1528	0,2205	0,3733	91,598	0,2550	0,2500	0,5050	138,450
Canada				\$604,042				\$869,139

Source : OCCOIPC

\* À compter du 1er juin 1991.

Les activités des offices de commercialisation national et provinciaux sont payées au moyen des prélèvements.

Oeufs d'incubation de poulet à chair

Approvisionnement et consommation intérieure 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991
Production intérieure	426,112	433,884	435,585	450,323	457,234
plus Importations	81,846	75,920	74,492	89,869	76,659
égale Approvisionnement total	507,958	509,804	510,077	540,192	533,893
moins Exportations	2,390	2,675	2,831	163	668
égale Consommation intérieure	505,568	507,129	507,246	540,029	533,225

Source : Agriculture Canada - Revue des couvoirs

Oeufs d'incubation de poulet à chair

Production provinciale nette (1) 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991
Provinces de l'Atlantique (2) (3)	30,688	32,240	33,274	35,371	35,433
Québec	121,825	122,784	127,349	128,239	29,772
Ontario	141,222	144,235	142,295	145,726	147,999
Manitoba	17,934	21,105	17,626	17,644	17,026
Saskatchewan (2)	13,588	12,085	11,719	12,422	12,676
Alberta	50,545	49,649	48,157	50,710	50,654
Colombie-Britannique	50,310	51,786	55,165	60,212	63,673
Canada	426,112	433,884	435,585	450,324	457,233
	100	100	100	100	100

Notes : (1) Quantité nette d'oeufs couvés, moins les importations et les arrivages en provenance d'autres provinces, plus les exportations et les expéditions vers d'autres provinces.  
(2) La Saskatchewan et les provinces de l'Atlantique ne sont pas membres de l'OCCOIPC.  
(3) Les chiffres des provinces de l'Atlantique sont regroupés pour raisons de confidentialité.

L'OCCOIPC a éliminé son emprunt bancaire au cours de l'année et a réussi à réduire le niveau des importations supplémentaires grâce à une amélioration de l'attribution de ses contingents de production.

#### Contingents pour 1991 et 1992

L'OCCOIPC établit ses contingents grâce à une formule énoncée à l'Annexe B de l'Accord Fédéral-Provincial. Cet office fonde maintenant ses contingents de production sur la recommandation de son Comité consultatif plutôt que sur l'ancienne méthode qui consistait à s'appuyer sur les prévisions de l'Office canadien de commercialisation du poulet. Le Comité consultatif est composé de représentants des couvoirs, des transformateurs, des surtransformateurs, de la restauration rapide et des gouvernements.

En octobre 1991, le Conseil a approuvé pour cette même année le contingent définitif fixé à 408 395 335 oeufs d'incubation de poulet à chair. En décembre 1991, il a aussi approuvé le contingent provisoire pour 1992, établi à 419 909 708 oeufs d'incubation de poulet à chair.

#### Prélèvements

Pour financer ses activités, l'OCCOIPC perçoit auprès de ses producteurs des prélèvements autorisés par une ordonnance de prélèvement. L'ordonnance permet la perception de sommes sur les oeufs d'incubation commercialisés sur les marchés interprovinciaux et d'exportation à partir des provinces signataires ainsi que sur les oeufs vendus à partir des provinces non signataires dans les provinces signataires. Toute modification à l'ordonnance de prélèvement de l'OCCOIPC doit être approuvée par le Conseil.

#### Résultats financiers

À la demande de l'OCCOIPC, le Conseil a approuvé en mars 1991 un accroissement temporaire de 50 p. cent dans le prélèvement afin d'éliminer son emprunt bancaire pour le début de 1992. L'augmentation prendra fin le 13 juin 1992, et le prélèvement reviendra alors à 0,17 cent. Le Conseil loue les efforts que l'OCCOIPC consacre à l'élimination de la dette qu'il traîne depuis longtemps.

Le total des recettes de l'OCCOIPC en 1991 a atteint 904 582 \$, contre des dépenses totales de 594 388 \$, ce qui a laissé un excédent de 310 194 \$ pour l'exercice. Compte tenu de sa position déficitaire de 231 948 \$ au début de l'exercice, l'OCCOIPC a terminé son exercice avec un excédent cumulé de 78 246 \$.

En regard des états financiers à la fin de l'exercice 1991, le budget de l'OCCOIPC pour 1992 indique une réduction d'environ 20 000 \$ dans les recettes par suite de la fin du prélèvement extraordinaire temporaire en juin 1992.

Les dépenses totales prévues pour 1992 s'élèvent à 780 000 \$ comparativement à 594 000 \$ à la fin de l'exercice 1991. L'augmentation provient principalement de la création d'un nouveau comité technique et de l'élimination de la dette de l'office.

# Dindons

## Budget de l'Office canadien de commercialisation du dindon

	1991	1992	
	(définit)	(prévu)	
	(\$ 000)	(\$ 000)	%
Recettes			
Prélèvements	2,048	2,085	100.0
Intérêts	67	-	-
Divers	-	-	-
Recettes Totales	\$2,115	\$2,085	100.0
Dépenses			
Salaires, réunions et honoraires des administrateurs	834	957	36.8
Publicité et promotion	929	827	31.8
Bureaux	89	69	2.7
Loyer	71	72	2.8
Amortissement	43	44	1.7
Services de professionnels et d'experts-conseils	105	373	14.4
Recherche	177	256	9.9
Divers	-	-	-
Dépenses totales	\$2,248	\$2,598	100.0

Source : OCCD

**Dindons**

## Attribution des contingents aux provinces 1988 - 1991

	1988	1989	1990	1991 / 1992	1991
	Contin- gent	Part du marché gent	Contin- gent	Part du marché gent	Contin- gent
	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	(en milliers de kg)	
Nouvelle-Ecosse	3,165	2,73	3,165	2,71	3,524
Nouveau-Brunswick	2,266	1,95	2,266	1,94	2,429
Québec	26,856	23,16	26,871	23,00	29,080
Ontario	48,732	42,03	49,511	42,38	52,516
Manitoba	8,562	7,38	8,544	7,31	9,192
Saskatchewan	4,472	3,86	4,473	3,83	4,723
Alberta	9,983	8,61	10,055	8,61	10,949
Colombie-Britannique	11,919	10,28	11,938	10,22	13,102
Canada	115,955	100	116,823	100	125,515
					100
					131,878
					100
					10.57
					8.72
					3.71
					7.17
					41.98
					23.02
					1.96
					2.86
					%

\* Pour la période finissant le 30 avril 1992, il s'agit du contingent préliminaire.  
Source : OCCD - Règlement de contingentement

*Dindons*

## Prélèvements 1990 - 1991

1990				1991			
National (OCCD)	Provincial	Taux total	Revenu total de l'OCCD	National (OCCD)	Provincial	Taux total	Revenu total de l'OCCD
1.30	1.45	2.75	62,808	1.30	1.70	3.00	61,623
Nouvelle-Ecosse				1.30	1.60	2.90	31,494
1.30	1.70	3.00	457,297	1.30	1.77	3.07	451,542
Québec				1.30	1.10	2.40	910,800
1.30	1.10	2.40	890,399	1.30	1.80	3.10	180,931
Ontario				1.30	1.30	2.60	44,174
1.30	1.80	3.10	181,953	1.30	2.00	3.30	183,970
Manitoba				1.30	1.30	2.60	44,174
Saskatchewan				1.30	1.30	2.60	44,174
1.30	1.40	2.70	188,887	1.30	1.50	2.80	219,999
Alberta				1.30	1.30	2.60	44,174
Colombie-Britannique				1.30	1.30	2.60	44,174
Canada							

Source : occb

Approvisionnement et consommation intérieure 1990 - 1991

Dindons à griller (moins de 5 kg)											
1990	1991	variation	1990	1991	variation	1990	1991	variation	1990	1991	variation
Dindons (5 à 8 kg)											
1990	1991	variation	1990	1991	variation	1990	1991	variation	1990	1991	variation
Dindons (8 kg et plus)											
1990	1991	variation	1990	1991	variation	1990	1991	variation	1990	1991	variation
Total											
(en milliers de kg)											
%											
Stocks du début											
3,078	3,542	15.07	2,635	4,008	52.11	5,620 **	6,788 **	20.78	11,333	14,338	26.52
plus Production intérieure											
36,167	34,911	-3.47	32,492	32,218	-0.84	59,404	62,968	6.00	128,063	130,097	1.59
plus Importations											
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,730	1,511	-12.66	1,730	1,511	-12.66
Sujets vivants											
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	28	215	667.86	28	215	667.86
Carcasses											
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3,306	3,306	27.35	2,596	3,306	27.35
Autres											
39,245	38,453	-2.02	35,127	36,226	3.13	69,378 *	74,788 *	7.80	143,750	149,467	3.98
moins Stocks de la fin											
3,542	2,602	-26.54	4,008	3,872	-3.39	6,788 **	10,347 **	52.43	14,338	16,821	17.32
moins Exportations											
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	N/A	0	0	N/A
Sujets vivants											
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	244	459	88.11	244	459	88.11
Carcasses											
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5,528	6,426	16.24	5,528	6,426	16.24
Autres											
35,703	35,851	0.41	31,119	32,354	3.97	56,818 *	57,556 *	1.30	123,640	125,761	1.72
interieure											

Source : Agriculture Canada  
 \* Comportant les parties de dindon  
 \*\* Comportant les quantités destinées à la transformation de second cycle  
 Note : Tous les chiffres ont trait au poids éviscéré.

éviscérée) et à des réductions de production égales à la quantité surproduite.

En 1988, le secteur a ajouté à son entente de promotion une clause concernant la surproduction de dindons d'élevage-multiplication. Cette clause prévoit aussi des sanctions de 33 cents le kilo-gramme à payer par les provinces.

L'entente de promotion prévoit une répartition des contingents de 1991 entre les provinces, par catégories de production et par périodes de l'année, en fonction de la demande sur le marché (régime de sanctions par périodes). Toutefois, le régime d'exécution ("enforcement") adopté par les administrateurs de l'OCCD s'applique seulement à deux des trois catégories de dindon.

### **Attribution du contingent de 1992-1993**

À sa réunion d'octobre 1991, le Conseil a approuvé le contingent provisoire pour 1992-1993, qui était fixé à 128,1 millions de kg. Le contingent de cette nouvelle année comprenait 123 millions de kg de dindon commercial, la même quantité que l'année précédente, plus 5,1 millions de kg pour tenir compte des éleveurs-souches et des éleveurs-multiplicateurs.

### **Prélèvements**

Les frais d'administration de l'OCCD sont payés grâce à un prélèvement perçu en son nom par l'office de commercialisation du dindon correspondant de chaque province. Ce prélèvement est inclus dans la formule du coût de production

### **Résultats financiers**

de l'OCCD, qui est utilisée comme guide par les offices provinciaux pour négocier les prix à la production avec les transformateurs. Le prélèvement doit être approuvé par le Conseil.

À l'occasion d'une réunion tenue en novembre 1991, le Conseil a approuvé la reconduction du taux de prélèvement existant de 1,3 cent le kilogramme (poids vif) pour 1992.

En 1991, les recettes tirées des prélèvements s'élevaient à 2,18 millions de dollars, y compris l'intérêt et les amendes pour surproduction, ce qui constituait une hausse de 1,8 p. 100 par rapport à l'année précédente. Les dépenses totales ayant été de 2,25 millions de dollars, il en est résulté un déficit de 64 000 \$ pour l'exercice.

En novembre 1991, le Conseil a approuvé le budget de l'OCCD pour 1992, soit 2,59 millions de dollars de dépenses et 2,8 millions de dollars de recettes, pour un déficit prévu de 511 000 \$. La publicité, la promotion et le développement des marchés, avec 42 p. 100 du budget, continueront de représenter le poste le plus important.

### **Problèmes à résoudre :**

- application du régime de pénalités par périodes;
- mise à jour de la formule du coût de production.

En 1991, la récession économique a eu des répercussions sur la consommation intérieure de dinde, et il en est résulté un accroissement considérable des stocks de dinde en entreposage. L'OCCD a donc dû faire face à ce problème en réduisant les contingents de production pour 1991-1992.

### Gestion des approvisionnements

#### Modalités de fixation des contingents

L'OCCD fixe un objectif provisoire de production, c'est-à-dire un contingent, environ neuf mois avant chaque année de contrôle, qui débute le 1er mai. Ce total provisoire est partagé entre les provinces, et les producteurs ont ainsi le temps de planifier leur production pour les premiers mois de l'année qui vient. L'OCCD établit ensuite définitivement le total national et les parts provinciales afin de s'assurer que la demande annuelle totale sera satisfaite. Pour établir l'objectif de production définitif, on tient compte de la quantité de produit congelé qui se trouve en entrepôt au 1er janvier et de sa composition par poids.

#### Attribution des contingents - 1991-1992

Avec le changement des périodes de production qui est entré en vigueur le 1er mai 1991, le contingent provisoire a été établi pour 1991-1992 à 128,4 millions de kg, niveau qui avait été approuvé par le Conseil au mois d'août 1990. Un contingent supplémentaire de 3,2 millions de kg a été approuvé par le Conseil en janvier 1991 (pour tenir compte des éleveurs-multiplicateurs), ce qui a augmenté le contingent total à 131,6 millions de kg pour 1991-1992. En octobre 1991, le Conseil a approuvé une réduction de contingent de 4 millions de kg. La réduction de contingent était nécessaire par un accroissement équivalent des stocks entreposés par rapport à l'année précédente.

#### Sanctions de surproduction

En vertu d'une entente de promotion renouvelée annuellement entre l'OCCD et les offices provinciaux de commercialisation du dinde, les provinces qui dépassent leur contingent sont assujetties à des sanctions financières (dommages-intérêts) de 22 cents le kilogramme (poids

La répartition du contingent entre les provinces est établie en fonction des parts fondamentales du marché énoncées dans le Plan de commercialisation du dinde. Ces parts du marché reposent sur les niveaux de production prévalant au moment de la fondation de l'OCCD (le contingent de base). Toute augmentation de la production (le contingent en sus de la base) doit être répartie selon les critères énumérés dans le Plan de commercialisation, comme l'avantage comparé de production.

L'OCCD tient compte également des recommandations de son Comité consultatif et de son Comité de production lorsqu'il établit ses objectifs de production annuels. Le Comité consultatif représente tous les segments du secteur du dinde de même que le gouvernement et les consommateurs. Quant au Comité de production, il est composé d'administrateurs de trois offices provinciaux de commercialisation du dinde.

# Poulet

## Prélèvements 1990 - 1991

1990 1991

National (OCCP)	Provincial	Taux total	Revenu de l'OCCP	National (OCCP)	Provincial	Taux total	Revenu de l'OCCP
0.50	2.20	2.70	48,939	0.50	2.40	2.90	47,474
0.50	0.50	1.00	11,650	0.50	0.50	1.00	14,589
0.50	1.00	1.50	132,532	0.50	1.00	1.50	132,938
0.50	1.19	1.69	102,971	0.50	1.11	1.61	102,920
0.50	0.78	1.28	1,134,672	0.50	0.85	1.35	1,152,107
0.50	0.80	1.30	1,283,610	0.50	0.80	1.30	1,338,226
0.50	0.76	1.26	144,309	0.50	0.76	1.26	150,211
0.50	1.00	1.50	95,886	0.50	1.50	2.00	94,665
0.50	0.50	1.00	128,589	0.50	1.00	1.50	300,357
0.00	0.80	0.80	(1)	0.00	1.70	1.70	(1)
Colombie-Britannique				Canada			
\$3,083,158				\$3,333,487			

Source : OCCP

Notes : (1) Colombie-Britannique n'adhère pas à l'OCCP, il n'y a pas de prélèvements.  
(2) Tous les chiffres ont trait au poids éviscéré.

Les activités des offices de commercialisation national et provinciaux sont payées moyen des prélèvements.

# Poulet

## Budget de l'Office canadien de commercialisation des poulets

1991 (définitif)	1992 (prévu)	%	(\$ 000)	%	(\$ 000)
3,482	3,300	75.4	3,300	97.4	Prélèvements
182	-	3.9	-	-	Intérêts
952	88	20.6	88	2.6	Divers
Revenues Totales					
4,616	53,388	100.0	53,388	100.0	
2,168	1,891	73.1	1,891	53.1	Salaires, réunions et honoraires des administrateurs
261	651	8.8	651	18.3	Publicité et promotion
284	182	9.6	182	5.1	Bureaux
111	125	3.7	125	3.5	Loyer
50	40	1.7	40	1.1	Amortissement
90	413	3.0	413	11.6	Services de professionnels et d'experts-conseils
-	-	-	-	-	Recherche
-	259	-	259	7.3	Divers
\$2,964	\$3,561	100.0	\$3,561	100.0	Dépenses totales

Source : OCCP

Attribution des contingents aux Provinces 1988 - 1991

1988		1989		1990		1991		1991	
Contin-	Part du	Contin-	Part du	Contin-	Part du	Contin-	Part du	Part du	Nombre de
gent	marché	gent	marché	gent	marché	gent	marché	marché	producteurs
(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%	(en milliers de kg)	%		
Terre-Neuve	7,373	1,40	6,918	1,33	7,387	1,36	7,377	1,34	20
Ile-du-Prince-Edouard	1,367	0,26	1,313	0,25	1,748	0,32	2,223	0,40	7
Nouvelle-Ecosse	19,127	3,64	18,552	3,58	19,575	3,59	19,573	3,55	70
Nouveau-Brunswick	14,672	2,79	14,270	2,75	15,228	2,80	15,048	2,73	42
Quebec	164,710	31,33	160,263	30,92	169,222	31,06	166,862	30,27	693
Ontario	185,236	35,23	181,940	35,10	191,615	35,17	193,387	35,08	981
Manitoba	20,726	3,94	20,158	3,89	21,283	3,91	21,247	3,85	137
Saskatchewan	14,662	2,79	14,195	2,74	15,212	2,79	14,637	2,66	73
Alberta	43,381	8,25	41,522	8,01	44,635	8,19	45,106	8,18	238
Colombie-Britannique	54,464	10,36	59,255	11,43	58,916	10,81	65,740	11,93	255
Canada	525,718	100	518,386	100	544,821	100	551,200	100	2,516

Source : OCCP - Réglement de contingentement  
Note : Tous les quantités ont trait au poids éviscéré; elles peuvent être approximées ou arrondies.

(Période de contingentement)					(kg - cv.)	
Sur ou (sous) production du	Production réelle	Total	Région non réglementée	Région réglementée	Région réglementée	contingent
1991 provisoire	503,000,000	66,000,000	569,000,000			
1 <sup>er</sup> période	82,000,000	93,000,000	11,000,000			
2 <sup>e</sup> période	83,000,000	95,100,000	12,100,000			
3 <sup>e</sup> période	80,275,178	91,400,001	11,124,823			
4 <sup>e</sup> période	79,560,633	90,000,000	10,439,367			
5 <sup>e</sup> période	81,328,647	92,000,000	10,671,353			
6 <sup>e</sup> période	79,295,431	89,700,000	10,404,569			
1991 Définitif	485,459,889	551,200,001	65,740,112			
1992 provisoire	491,703,603	563,000,000	71,296,397			
1 <sup>er</sup> période	78,690,044	90,100,000	11,409,956			
2 <sup>e</sup> période	83,841,405	96,000,000	12,158,595			

## Répartition des contingents de l'OCCP 1991 - 1992

## Poulet

Source : Agriculture Canada

	I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
Stocks du début	9,238	7,646	10,456	10,873	9,238	15,820	15,779	16,306	12,531	15,820
<i>plus</i> Production intérieure	129,774	146,410	141,679	140,453	558,316	136,289	147,893	145,390	129,933	559,505
<i>plus</i> Importations Sujets vivants (Carcasses, morceaux)	1,638	546	481	235	2,900	0	54	187	1,191	1,432
	11,423	12,404	12,084	11,305	47,216	9,229	11,551	12,088	13,456	46,324
<i>égale</i> Approvisionnement morts totaux	152,073	167,006	164,700	162,866	617,670	161,338	175,277	173,971	157,111	623,081
<i>moins</i> Exportations	269	195	462	186	1,112	214	2,246	1,994	202	4,656
<i>moins</i> Stocks de la fin	7,646	10,456	10,873	15,820	15,820	15,779	16,306	12,531	13,914	13,914
<i>égale</i> l'écoulement intérieur	144,158	156,355	153,365	146,860	600,738	145,345	156,725	159,446	142,995	604,511

*Approvisionnement et consommation intérieure 1990 - 1991*

## Poulet

Les recettes prévues pour 1992 devraient s'établir à 3,4 millions de dollars en regard de 3,7 millions en 1991. Cette diminution des recettes découle principalement de la perte de prélèvements par suite du retrait de la Colombie-Britannique.

Les dépenses de l'OCCP pour 1992 s'établiront à environ 3,6 millions de dollars comparativement à 2,9 millions de dollars en 1991. Cette majoration est attribuable en grande partie à l'accroissement anticipé des frais généraux d'administration, à un nouveau plan de communica-tion pour l'OCCP et à une étude sur la salmonelle.

### **Problèmes à résoudre :**

- l'examen et la révision, s'il y a lieu, du régime de dommages-intérêts afin d'assurer équité et justice à toutes les provinces;
- la mise en oeuvre de l'Ordonnance de commercialisation (ordonnée) de façon à régler les produits provenant de la Colombie-Britannique;
- l'achèvement de l'étude de mise à jour du coût de production.

Pour la troisième période (du 3 mai au 27 juin), le conseil d'administration de l'OCCP a examiné la requête de la Commission ontarienne qui demandait un contingent supplémentaire pour répondre au développement de nouveaux produits, en s'appuyant sur la politique de contingents pour éventualités de l'OCCP. L'OCCP n'a pas accédé à la requête de la Commission ontarienne et a par la suite demandé au Conseil d'approuver le contingent de la troisième période à un niveau de 105,1 millions de kg, poids vif (excluant la C.-B.).

### **Prélèvements**

Pour compenser ses frais administratifs et commerciaux, l'OCCP a le pouvoir d'imposer des prélèvements sur la commercialisation du poulet aux producteurs des provinces signataires. Il incombe au Conseil d'examiner et d'approuver les taux de prélèvement.

L'OCCP peut, avec l'accord d'une régie provinciale des marchés agricoles, demander à l'office provincial correspondant de percevoir les prélèvements en son nom. Ces prélèvements entrent dans la formule de calcul du coût de production de l'OCCP, utilisée comme guide par les offices provinciaux pour négocier les prix à la production avec les transformateurs.

Pour la deuxième année consécutive, l'OCCP n'a pas changé son taux de prélèvement, qui est fixé à 0,05 cent le kilogramme (poids vif). Son budget équilibre et sa réserve générale correspondent à six mois de dépenses de fonctionnement, ont évité toute augmentation des prélèvements.

### **Résultats financiers**

Le solde de l'encaisse de l'OCCP au début de 1991 s'établissait à 2 061 336 \$. Les recettes ont atteint 3,7 millions de dollars, contre des dépenses d'environ 2,9 millions de dollars, ce qui a laissé un solde positif de 751 711 \$ pour l'exercice.

En 1991, l'OCCP a également perçu 334 693 \$ en dommages-intérêts imposés pour surproduction en 1989; pour 1990, il a établi des pénalités correspondantes s'élevant à 952 328 \$. De ce montant, l'OCCP a perçu 244 238 \$, ce qui a laissé à la fin de l'exercice des comptes débiteurs de 708 090 \$ et une encaisse de 2 527 871 \$.

Divers secteurs de l'industrie ont remis en question les critères et les modalités qu'utilise l'OCCP pour l'attribution des contingents. Par conséquent, l'OCCP a créé un comité chargé d'examiner son système actuel et de recommander des modifications. Le Comité a remis son rapport définitif au conseil d'administration en novembre 1991; il y recommandait des changements comme la détermination d'un contingent global, le rajustement et la mise à jour du contingent en sus de la base I, la mesure de la consommation par habitant et un système de pondération à appliquer aux critères et au contingent mis en commun.

### **Attribution des contingents en 1991**

Pour 1991, le contingent global provisoire a été fixé à 683,5 millions de kilogrammes, poids vif, excluant la Colombie-Britannique, qui n'adhère plus à l'OCCP. Par suite des rajustements effectués pour les diverses périodes durant l'année, le contingent définitif de 1991, qui consiste en la somme des contingents de six périodes, a été ramené à 659,7 millions de kg, poids vif (excluant la C.-B.).

En mai 1991, le Conseil a approuvé le contingent de la quatrième période (du 30 juin au 24 août) au niveau de 108,1 millions de kg, poids vif. En juillet, le Conseil a approuvé le contingent de la cinquième période (du 25 août au 26 octobre), fixé à 110,5 millions de kg, poids vif; en septembre, il a approuvé celui de la sixième période, fixé à 107,8 millions de kg.

### **Plainte déposée par la Commission ontarienne de la commercialisation du poulet relativement aux dommages-intérêts imposés pour 1990**

Le 6 septembre 1991, le Conseil a tenu une enquête pour permettre à l'*Ontario Chicken Producers' Marketing Board* et à l'OCCP d'exprimer leurs positions respectives relativement aux dommages-intérêts imposés à la Commission ontarienne pour sa surproduction en 1990.

En application de la Résolution de dommages-intérêts de l'OCCP, l'Ontario s'est fait imposer

une amende de 928 321,00 \$ et une réduction de production de 1 335 491 kg. La Commission ontarienne s'y est opposée en alléguant que la réduction de dommages-intérêts était inadéquate et a demandé qu'aucune pénalité ne soit imposée.

Après avoir entendu le plaidoyer de l'Ontario, le Conseil a confirmé la décision de l'OCCP qui prévoyait une amende et une réduction de production. Dans sa décision, le Conseil a aussi recommandé que l'OCCP examine l'analyse de l'Ontario qui soutient que les marges actuellement établies pour les périodes ont des répercussions différentes et discriminatoires sur les provinces participantes. En outre, le Conseil a recommandé que l'OCCP ré-examine sa résolution de dommages-intérêts pour recueillir l'effet nocif de la réduction de production "kilo pour kilo". (Le Conseil fournira des exemplaires de sa décision sur demande.)

### **Pénalités de surproduction**

En 1991, les signataires ont convenu que, pour 1991 et 1992, l'OCCP devrait renoncer aux réductions de production qui font actuellement partie de son programme de dommages-intérêts. Pour cette année, les provinces qui dépassent leur contingent net plus une marge permise de surproduction ont subi une pénalité de 37 cents le kg (poids vif) à l'intérieur de cette marge; au-delà de cette marge, l'amende s'élevait à 55 cents le kg (poids vif). Ces dommages-intérêts ont été imposés sur la base des périodes.

En outre, une pénalité annuelle de 37 cents le kg (poids vif) a été imposée pour la production dépassant 101% du contingent annuel net.

### **Contingent pour 1992**

En septembre 1991, l'OCCP a fixé le contingent global provisoire pour 1992 et le contingent pour la première période (du 1er janvier au 29 février), soit 667,8 millions de kg (poids vif) et 106,9 millions de kg (poids vif) respectivement.

Le Conseil a approuvé en février 1992 le contingent pour la deuxième période (du 1er mars au 2 mai), soit 113,9 millions de kg, poids vif (excluant la C.-B.).

L'OCCP a dû relever de grands défis en 1991-1992. Les protestations, par certains signataires, contre son système d'attribution des contingents et son régime de dommages-intérêts ont souligné la nécessité d'améliorer la situation. L'OCCP a continué de tenter de négocier un contrat de services avec la Colombie-Britannique, qui s'est retirée du Plan en 1989. En outre, cet office a dû entreprendre une restructuration organisationnelle pour que les divers intervenants soient mieux représentés.

## ***Gestion des approvisionnements*** ***Modalités d'établissement des*** ***contingents***

Chaque autonome, le conseil d'administration de l'OCCP établit, sur la recommandation de son Comité de gestion des approvisionnements, un objectif national provisoire de production ainsi que les contingents pour la première période. Il rajuste ensuite cet objectif, pour chacune des six périodes, en fonction des conditions des marchés. Le contingent annuel définitif est déterminé quand sont établis les contingents de la sixième période, au milieu de l'été. Pour l'exercice 1991, le Comité de gestion des approvisionnements comprendrait des représentants de tous les segments du secteur avicole, des consommateurs et des gouvernements fédéral et provinciaux.

L'ordonnance de contingentement de l'OCCP doit être approuvée au préalable par le Conseil. Celui-ci demande alors à l'OCCP de justifier ses chiffres, en particulier s'ils s'écartent du niveau de production recommandé par le Comité de gestion des approvisionnements. Il exige en outre de l'OCCP qu'il soumette une méthode claire et justifiable de répartition du contingent entre les provinces.

Lorsqu'il répartit le contingent global, l'OCCP doit d'abord examiner les parts de marché de base établies pour chaque province dans le plan de commercialisation du poulet. Celles-ci correspondent au niveau de production (le contingent de base) de chaque province avant la création de l'OCCP, en 1978. Toute production supérieure à ce niveau (le contingent en sus de la base) doit être répartie selon les critères figurant dans le plan de commercialisation, notamment l'avantage comparé de production.

## ***Comité de la surtransformation***

Le Comité de gestion des approvisionnements de l'OCCP a pour mandat de faire des recommandations à son conseil d'administration sur des questions comme le niveau de production intérieure nécessaire pour répondre aux besoins des divers segments de l'industrie. En réponse aux critiques et à une recommandation du Groupe de travail sur la volaille visant à rendre le Comité plus représentatif de l'industrie, l'OCCP a restructuré le Comité qui comprend maintenant 17 membres sans droit de vote et 8 membres avec droit de vote. Les membres avec droit de vote représentent les transformateurs primaires et ultérieurs, les secteurs de la restauration rapide, les détaillants et les consommateurs. Le Conseil a approuvé la composition du nouveau comité en mai 1992.

## ***Restructuration du Comité de gestion*** ***des approvisionnements***

Les transformateurs ultérieurs canadiens avaient exprimé leurs inquiétudes quant aux répercussions de l'Accord de libre-échange canado-américain sur leur industrie. C'est pourquoi l'OCCP a créé un Comité de la surtransformation, qui a fait à la fin de 1991 un certain nombre de recommandations touchant tant les produits répertoriés sur la Liste des marchandises d'importation contrôlée que ceux qui n'y sont pas. Dans son rapport, le Comité a fait des recommandations concernant l'attribution des contingents d'importation, la mise au point de nouveaux produits, le programme de conversion des anciennes pondueuses en équivalents en poulet, une « politique de priorité au poulet entier » et les ententes entre producteurs intégrés et surtransformateurs indépendants.

	1991	1992
(définit)	(prévu)	
Recettes	(\$ 000)	(\$ 000)
Prélèvements	8,350	8,475
Intérêts	459	350
Divers	-	20
Recettes totales	\$8,809	\$8,845
100.0	100.0	100.0
Dépenses		
Salaires, réunions et honoraires des administrateurs	3,312	3,347
Publicité et promotion	4,303	5,280
Bureaux	688	781
Loyer	338	338
Amortissement	127	149
Services de professionnels et d'experts-conseils	575	338
Recherche	362	49
Divers	-	391
Dépenses totales	\$9,705	\$10,673
100.0	100.0	100.0

Source : OCCO

	À la consommation	À la production	Administratif	Taux total de prélèvements
	ajouté au coût de production	non ajouté au coût de production	ajouté au coût de production	ajouté au coût de production
(en cents la douzaine)				
Terre-Neuve	9.00	2.00	2.00	1.00
Ile-du-Prince-Edouard	9.00	2.00	2.00	0.30
Nouvelle-Ecosse	9.00	2.00	2.00	0.00
Nouveau-Brunswick	9.00	2.00	2.00	0.00
Quebec	9.00	2.00	2.00	0.00
(Ontario	9.00	2.00	2.00	0.50
Manitoba	9.00	2.00	2.00	0.00
Saskatchewan	9.00	2.00	2.00	0.00
Alberta	9.00	2.00	2.00	0.00
Colombie-Britannique	9.00	2.00	2.00	0.20
				15.20

Source : OCCO  
Les activités des offices de commercialisation national et provinciaux sont payées au moyen des prélèvements.

1991	Revenu de prélèvement de l'OCCO	Taux total de prélèvement	1990	Revenu de prélèvement de l'OCCO	Taux total de prélèvement	1991
	(en dollars)	(en cents la douzaine)		(en dollars)	(en cents la douzaine)	
Terre-Neuve	1,056,177	16.00	1,127,928	15.62	16.62	
Ile-du-Prince- Édouard	357,251	15.30	352,849	15.69	15.84	
Nouvelle-Écosse	2,246,313	15.00	2,383,038	15.62	15.84	
Nouveau-Brunswick	1,147,641	15.00	1,223,538	15.62	16.50	
Québec	6,322,510	15.00	9,070,344	15.84	15.62	
Ontario	21,681,046	15.50	23,053,671	16.50	15.62	
Manitoba	6,366,553	15.00	6,622,424	15.62	15.52	
Saskatchewan	2,122,680	15.00	2,180,554	15.52	15.62	
Alberta	4,447,175	15.00	4,400,427	15.62	15.12	
Colombie-Britannique	6,744,785	15.20	7,154,090	15.12		
Canada	\$52,492,131		\$57,568,863			

Source : OCCO

## Programme de retrait des excédents (OCCO) 1987 - 1991

	1987	1988	1989	1990	1991
<b>Excédents écoulés sur le marché intérieur</b>					
(en caisses de 15 douzaines)					
Excédents écoulés	2,372,625	2,718,248	3,628,718	3,817,919	3,641,190
(en millions de dollars)					
Revenues	19,281	21,509	35,994	38,138	31,227
Ventes aux transformateurs	35,813	46,431	64,324	69,721	65,941
Frais d'écoulement	-16,532	-24,922	-28,330	-31,583	-34,714
(en dollars)					
Frais par caisse	-6,968	-9,168	-7,807	-8,272	-8,87
<b>Excédents exportés</b>					
(en caisses de 15 douzaines)					
Excédents écoulés	1,378,300	1,385,170	832,936	461,983	827,718
(en millions de dollars)					
Revenues	8,691	6,240	4,790	2,937	5,278
Ventes aux transformateurs	21,115	24,767	23,022	12,599 *	15,428 *
Frais d'écoulement	-12,424	-18,527	-18,212	-9,662	-10,150
(en dollars)					
Frais par caisse	-9,014	-13,375	-12,330	-11,990	-11,590

Source : Agriculture Canada

\* Comprenant les chiffres du "programme de retrait des ponduscs".

## Attribution de contingents aux provinces 1988 - 1991

Oeufs	Terre-Neuve	Ile-du-Prince-Edouard	Nouvelle-Ecosse	Nouveau-Brunswick	Québec	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Canada
	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché
	1988	1989	1990	1991	1991	1991	1991	1991	1991	1991	1991
	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)
	9,163	9,242	9,058	8,967	2,03	2,03	2,03	2,03	2,03	2,03	2,03
	3,273	3,221	3,162	3,132	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71
	18,697	18,720	18,307	18,067	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08	4,08
	9,386	9,426	9,259	9,180	2,07	2,07	2,07	2,07	2,07	2,07	2,07
	75,393	75,484	73,818	72,853	16,46	16,46	16,46	16,46	16,46	16,46	16,46
	173,768	173,976	170,137	167,914	37,94	37,94	37,94	37,94	37,94	37,94	37,94
	51,947	52,009	50,862	50,197	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34	11,34
	21,676	21,702	21,223	20,945	4,73	4,73	4,73	4,73	4,73	4,73	4,73
	39,634	39,681	38,805	38,298	8,65	8,65	8,65	8,65	8,65	8,65	8,65
	54,883	54,947	53,735	53,033	11,98	11,98	11,98	11,98	11,98	11,98	11,98
	457,820	458,408	448,366	442,586	100	100	100	100	100	100	100

Source : OCCO Règlements de contingentement  
\* Le contingent a été réparti au pro-rata par suite de la modification apportée à compter du 1er mai 1991.

## Oeufs

## Placements de poussins 1987 - 1991

Oeufs	Terre-Neuve	Ile-du-Prince-Edouard	Nouvelle-Ecosse	Nouveau-Brunswick	Québec	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Canada
	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché	Contin- Part du gent marché
	1987	1988	1989	1990	1991	1991	1991	1991	1991	1991	1991
	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)	(en milliers de douzaines)
	22,950	22,889	21,860	21,983	21,074	21,074	21,074	21,074	21,074	21,074	21,074
	-4,14										

Source : Agriculture Canada

Oeufs

Approvisionnement et consommation intérieure 1987 - 1991

Oeufs en coquille	1987	1988	1989	1990	1991	Variation en 1990-1991
-------------------	------	------	------	------	------	------------------------

(en milliers de caisses de 15 douzaines)

%

Approvisionnement

Catégorie A

Prod. intérieure	26,267	26,507	25,915	25,858	25,991	0.51
Importations	359	288	452	461	456	-1.08

Autres catégories	26,626	26,795	26,367	26,319	26,447	0.49
-------------------	--------	--------	--------	--------	--------	------

Total	27,913	28,060	27,557	27,476	27,650	0.63
-------	--------	--------	--------	--------	--------	------

Consommation

Consommation d'oeufs

en coq.

Excédents de l'OCCO	22,876	22,692	21,905	22,039	21,978	-0.28
(Casseries	2,372	2,718	3,629	3,818	3,641	-4.64
Exportations	1,378	1,385	833	462	828	79.22

	3,750	4,103	4,462	4,280	4,469	4.42
--	-------	-------	-------	-------	-------	------

Utilisation totale	26,626	26,795	26,367	26,319	26,447	0.49
--------------------	--------	--------	--------	--------	--------	------

Source : Agriculture Canada

Oeufs

Commerce d'oeufs de transformation

	1987	1988	1989	1990	1991	Variation en 1990-1991
--	------	------	------	------	------	------------------------

(en tonnes (equiv. liquide))

%

Importations	4,791	6,358	4,325	4,985	7,509	50.63
Exportations	9,528	11,401	7,310	11,477	13,874	20.89

Source : Agriculture Canada

Note : Les données des années précédentes ont été révisées.

8,8 millions de dollars et ses dépenses à 10,5 millions de dollars. La publicité et la promotion (5,3 millions de dollars) absorberont 50,5 p. 100 du budget total.

Malgré le déficit prévu de 1,7 million de dollars, l'OCCO devrait quand même clôturer 1992 avec un solde de 3,2 millions de dollars. Toutefois, l'OCCO devra augmenter le prélèvement pour 1993 étant donné que ses prévisions de dépenses s'établissent maintenant à plus de 10 millions de dollars. En effet, l'OCCO devra disposer d'un prélèvement administratif de 2,5 cents la douzaine afin d'obtenir les recettes nécessaires pour compenser ces mêmes dépenses. Dans son budget de 1992, l'OCCO prévoit une augmentation des dépenses de l'ordre de 1,9 p. 100 ou de 0,2 million de dollars par rapport à son budget de 1991. Les épargnes pour d'autres postes comme les frais professionnels (il n'y aura pas d'enquête sur les coûts de production en 1992) et les communications compenseront en très large part les accroissements des dépenses engagées pour la promotion et la publicité.

### Problèmes à résoudre

- Le rythme de progrès du Comité de révision de l'Accord Fédéral-Provincial pour la commercialisation des oeufs;
- L'appel du Nouveau-Brunswick auprès de la Cour fédérale pour faire annuler la décision du Conseil en matière d'achat par l'OCCO des contingents en sus de la base dans les provinces de l'Atlantique;
- la contestation des pouvoirs du Conseil par l'Alberta Egg Producers Board.

### Résultats financiers

En 1991, les frais administratifs totaux de l'OCCO se sont établis à 9,7 millions de dollars et ses recettes totales à 8,8 millions de dollars. La publicité et la promotion ont continué de représenter le plus important poste de dépenses, soit 4,3 millions de dollars ou 44,3 p. 100 du total des dépenses.

Pour 1992, l'OCCO prévoit un déficit de 1,7 million de dollars. Ses recettes devraient s'établir à

l'ordonnance de prélèvement de 1992 permet à l'OCCO de maintenir un prélèvement administratif de deux cents pour financer les activités de cet office. L'OCCO a terminé l'année 1991 avec un déficit de 0,9 million de dollars dans ses activités administratives, ce qui a fait passer le solde du compte du prélèvement administratif de 5,7 millions de dollars au début de 1991 à 4,9 millions de dollars à la fin de cette même année.

La production n'est perçue durant l'année. Le fonds du prélèvement à la production devrait avoir un solde de 11,3 millions de dollars à la fin de 1991. On prévoit un déficit de 0,5 million de dollars pour la fin de 1992 si aucun prélèvement à la production n'est perçu durant l'année.

Le compte du prélèvement de péréquation du coût de production affichait à la fin de l'année 1991 un solde déficitaire de 12,5 millions de dollars; on s'attend à ce que ce montant soit réduit à 4,3 millions de dollars à la fin de 1992.

Le compte du prélèvement de péréquation du coût de production affichait à la fin de l'année 1991 un solde déficitaire de 12,5 millions de dollars; on s'attend à ce que ce montant soit réduit à 4,3 millions de dollars à la fin de 1992.

Le compte du prélèvement de péréquation du coût de production affichait à la fin de l'année 1991 un solde déficitaire de 12,5 millions de dollars; on s'attend à ce que ce montant soit réduit à 4,3 millions de dollars à la fin de 1992.

Le compte du prélèvement de péréquation du coût de production affichait à la fin de l'année 1991 un solde déficitaire de 12,5 millions de dollars; on s'attend à ce que ce montant soit réduit à 4,3 millions de dollars à la fin de 1992.

Tous les prélèvements doivent être approuvés par le Conseil au moins une fois l'an.

En septembre 1991, l'OCCO a demandé au Conseil d'approuver son ordonnance de prélèvement pour 1992. Du niveau proposé de 12 cents la douzaine, l'OCCO entendait porter 9 cents la douzaine au compte du prélèvement de péréquation du coût de production (prélèvement à la consommation). À sa réunion d'octobre, le Conseil a approuvé le prélèvement de 12 cents proposé pour 1992; ce taux devait être réparti comme suit : 9 cents au fonds d'écoulement des excédents, deux cents au fonds des frais administratifs et un cent au fonds du prélèvement à la production.

Le conseil d'administration de l'OCCO, à sa réunion de novembre, a décidé de modifier l'imputation qu'il avait proposée au moment de l'approbation de l'ordonnance de prélèvement. Du taux proposé de 12 cents, 10 et non pas 9 traitent au fonds du prélèvement de péréquation du coût de production (ceci représentait une augmentation d'un cent dans le prélèvement qui est incorporé à la formule de détermination du coût de production). Aucun prélèvement à la production ne serait perçu durant 1992.

Le Conseil a jugé préférable de ne pas s'opposer à la décision de l'OCCO. Même s'il désapprouvait l'action unilatérale de l'OCCO, il était prêt à accepter un relèvement du prélèvement de péréquation du coût de production car cette mesure était nécessaire pour surmonter les difficultés financières de cet office en 1992.

En janvier 1992, l'OCCO a demandé au Conseil d'approuver au préalable une autre augmentation de 2 cents dans le prélèvement de péréquation du coût de production. Le Conseil a refusé de l'accorder. Il a informé l'OCCO qu'il

an. Le Conseil a accepté la mise à jour du taux de ponte utilisé par l'OCCO pour convertir en douzaines d'œufs les ponduses réglementées. La formule de conversion incorpore actuellement un taux de ponte moyen de 22,8 douzaines par ponduse réglementée, soit une hausse par rapport à l'ancien taux de 21,4 douzaines.

À sa réunion de mars 1992, le Conseil a approuvé une autre modification à l'Ordonnance de contingement de l'OCCO, la prolongeant pour une autre période d'un an à compter du 1er mai 1992. Les modifications ont réduit les contingents accordés aux provinces de Terre-Neuve et de l'Île-du-Prince-Édouard au nombre de douzaines de base, qui est énoncé à l'article 3 de la Partie II de la Proclamation. En outre, les modifications ont réduit d'un tiers le nombre de douzaines accordé, à titre de contingent en sus de la base, au Nouveau-Brunswick.

## Prélèvements

Deux prélèvements sont incorporés dans la formule de calcul des coûts de production utilisés par l'OCCO pour fixer les prix à la production des œufs de catégorie A gros. L'un a pour but de payer les frais d'administration de l'OCCO, tandis que l'autre, appelé prélèvement de péréquation du coût de production (PPCP, ou prélèvement à la consommation), sert à financer le programme de l'OCCO pour l'écoulement des excédents sur le marché intérieur.

Les producteurs paient également un prélèvement pour financer les ventes à l'exportation des œufs excédentaires non achetés par les transformateurs canadiens dans le cadre du programme d'élimination des excédents. Ce prélèvement n'est pas transmis aux consommateurs par le biais des prix à la production des œufs.

de l'Atlantique. En application de ce programme, les provinces de l'Atlantique conviendraient de retourner aux contingents de base énoncés pour elles dans la Proclamation. L'OCCO indemniserait, au taux de 17,00 \$ le sujet, les détenteurs de contingents pour les 106 110 pondouses réglementés ainsi retirés.

Les signataires du Nouveau-Brunswick ont allégué que l'Accord les exonérât de toute réduction de contingent et ils ont déposé une plainte auprès du Conseil en février 1992. Le Conseil a entendu l'affaire en mars 1992.

L'affaire touchait l'interprétation du paragraphe 4(2) de la Proclamation. Les signataires du Nouveau-Brunswick alléguaient que le libellé de ce paragraphe empêchait l'OCCO de réduire le contingent de cette province. Le Conseil s'est rangé à l'avis de l'OCCO qui soutenait que le paragraphe ne s'appliquait qu'aux réductions pouvant diminuer le contingent sous le niveau de base.

Le Conseil a décidé que le Nouveau-Brunswick ne pouvait pas être exonéré du programme d'achat des contingents en sus de la base dans les provinces de l'Atlantique. Les signataires du Nouveau-Brunswick ont porté la décision du Conseil en appel auprès de la Cour fédérale. L'affaire n'a pas encore été entendue. Sur demande, on peut se procurer un exemplaire du rapport et de la décision du Conseil.

### **L'Alberta remet en question l'autorité du Conseil :**

Dans le dernier rapport annuel du Conseil, on indiquait que l'*Alberta Egg Producers Board* contestait, en Cour fédérale, les pouvoirs du Conseil relativement aux décisions touchant l'OCCO. L'affaire n'a pas encore été entendue.

## **Gestion des approvisionnements**

### **Contingents**

En 1991, 4,5 millions de caisses d'oeufs ont été déclarées excédentaires, en regard de 4,3 millions de caisses en 1990.

En octobre 1991, le Conseil a approuvé une modification à l'Ordonnance de contingentement de l'OCCO, la prolongeant pour une période d'un

producteurs ontariens de ce même programme entrerait en vigueur le 1er janvier 1992.

Toutefois, l'Ontario a informé l'OCCO, en décembre 1991, qu'il était prêt à conclure un contrat de services d'une durée d'un an, ce qui donnerait à l'OCCO le temps de mettre en place la restructuration proposée du programme d'écoulement des excédents. À son tour, le Québec, à une réunion des producteurs le 20 décembre 1991, a consenti à réintégrer le programme national d'écoulement des excédents selon les mêmes conditions que l'Ontario. Conformément aux contrats de services, les deux provinces se chargeront de l'écoulement de leurs propres excédents. Cependant, tout prélèvement aux fins d'écoulement qui dépassera les frais hebdomadaires de leurs excédents sera remis à l'OCCO. Dans ces contrats, le Québec a précisé qu'il n'y aurait pas de prélèvement à la production à moins qu'il ne soit nécessaire, tandis que l'Ontario a posé la condition qu'il n'y ait aucune réduction du contingent au pro-rata ni d'augmentation du prélèvement à la consommation.

## **Demande d'éclaircissement sur la possibilité qu'une province se retire d'une partie de l'Accord :**

La décision de l'Ontario et du Québec de se retirer du programme d'écoulement des excédents a soulevé une importante question d'ordre juridique. Un signataire à l'Accord peut-il se soustraire de l'application de certaines parties de cette entente tout en adhérant au Plan ? Les opinions juridiques reçues divergent sur l'interprétation du paragraphe (c) de la Partie I de l'Accord, qui énonce les modalités de retrait. Les signataires du Manitoba ont porté la question devant les tribunaux. L'affaire n'a pas encore été entendue.

## **Le Nouveau-Brunswick dépose une plainte contre le programme de l'OCCO visant l'achat de contingents en sus de la base dans les provinces de l'Atlantique :**

En septembre 1991, le conseil d'administration de l'OCCO a proposé de procéder à l'achat de tous les contingents en sus de la base dans les provinces

sant des oeufs de transformation par celui des oeufs en coquille.

Par conséquent, le Conseil a informé l'OCCO en juillet 1991 des résultats de son analyse du rapport définitif du Comité technique de travail. Le

Conseil appuyait la position du Comité qui préconisait non seulement l'établissement d'un régime de contingents "A" et "B" mais aussi le principe d'un contingent "B" pour lequel on devait établir les prix en tenant compte de l'utilisation ultime du produit. Le Comité avait recommandé que le dépassement naturel soit fixé à 13,92 pour cent. Le Conseil a appuyé ce niveau tout en déclarant qu'il s'attendait à ce qu'un mécanisme crédible soit élaboré pour quantifier le dépassement naturel et en réduire éventuellement la portée.

À sa réunion de juillet, le conseil d'administration de l'OCCO a aussi décidé de laisser de côté sa solution de rechange et d'examiner plutôt le programme d'écoulement des excédents.

### ***L'OCCO décide de restructurer son programme d'écoulement des excédents :***

Lors des réunions tenues en août et en septembre 1991, le conseil d'administration de l'OCCO a élaboré et mis en oeuvre une proposition de décentralisation du programme d'écoulement des excédents.

À compter de janvier 1992, le programme d'écoulement des produits industriels serait assumé conjointement avec les provinces. L'autorité provinciale d'établissement des prix retournerait en partie aux provinces. Un programme de contingents dormants serait établi, ainsi qu'un programme facultatif d'échange de contingents à l'échelle nationale. Enfin, l'OCCO appliquerait un programme de segmentation des prix pour les produits industriels.

Toutefois, la Saskatchewan et l'Alberta étaient d'avis que le programme de restructuration de l'écoulement des excédents proposé par l'OCCO semblait constituer une modification fondamentale des régimes d'écoulement des excédents, de fixation des prix et d'attribution des contingents. Ces deux provinces croyaient qu'avec ces modifications l'OCCO outrepasserait les pouvoirs qui lui

### ***Etablissement du Comité de révision de l'Accord Fédéral-Provincial sur les oeufs :***

À une réunion des régies agricoles provinciales tenue principalement pour discuter de l'avenir de l'OCCO sur le plan financier, le Conseil a reçu le mandat d'élaborer un processus visant à assurer le respect de l'Accord Fédéral-Provincial ou à modifier cet Accord. Pour accélérer ce processus, le Conseil a établi un Comité de révision, formé de signataires et de représentants de l'industrie, qu'il a chargé de dégager les questions importantes, d'étudier ces questions, de suggérer des solutions et d'élaborer, au besoin, un Accord Fédéral-Provincial révisé. Le Comité se réunira un certain nombre de fois à la fin du printemps et au début de l'été; on espère que le Comité terminera son travail avant la fin de juillet 1992, de sorte que les changements proposés à l'Accord puissent être présentés aux signataires du Plan de commercialisation des oeufs.

### ***Un contrat annuel de prestation de services garde l'Ontario et le Québec au sein du Plan national d'écoulement des excédents :***

Dans le rapport annuel du Conseil pour l'exercice 1990-1991, on mentionnait que l'Ontario et le Québec avaient fait part de leur intention de se retirer du programme d'écoulement des excédents de l'OCCO à moins que des changements importants n'y soient apportés. À la réunion des producteurs québécois d'oeufs le 18 juillet 1991, la "Fédération des producteurs d'oeufs de consommation du Québec" (FEDCO) a reçu le mandat de mettre fin, à compter du 7 septembre 1991, au contrat de services conclu avec l'OCCO pour l'écoulement des excédents d'oeufs. Le retrait des

Le Conseil s'inquiète de l'incapacité de l'OCCO à résoudre les graves dissensions qui règnent entre les signataires concernant la gestion et le partage des responsabilités du retrait des excédents d'oeufs en coquille (de consommation). Il est toutefois de bon augure que l'on ait confié au Conseil, à la réunion des régies agricoles provinciales en mars, le mandat d'élaborer un processus visant ou bien à assurer le respect de l'Accord Fédéral-Provincial ou bien à modifier cet Accord.

Durant toute l'année 1991, l'OCCO a été aux prises avec des problèmes reliés à l'une de ses principales responsabilités, c'est-à-dire le rachat des oeufs excédentaires auprès des producteurs et leur revente aux casseries canadiennes pour fins de transformation au pays ou bien sur les marchés d'exportation. Le prix des oeufs excédentaires vendus aux casseries canadiennes pour fins de transformation est équivalent au prix concurrentiel prévalant aux États-Unis (le prix de la formule Urner-Barry). Les oeufs excédentaires vendus sur les marchés d'exportation sont adjugés au plus haut soumissionnaire et rapportent habituellement un prix inférieur à celui de la formule Urner-Barry. Le Conseil et plusieurs provinces s'inquiètent de ce que l'on continue à utiliser le marché des oeufs en coquille, qui est en décroissance, pour subventionner le marché croissant des oeufs de transformation par le biais du prélèvement à la consommation. Ces inquiétudes, jointes à d'autres motifs, ont poussé deux provinces, le Québec et l'Ontario, à se retirer du programme d'élimination des excédents de l'OCCO; ces deux provinces fonctionnent actuellement sur la base d'un contrat annuel de services conclu avec l'OCCO. Les représentants de l'industrie et de l'OCCO poursuivent leur recherche d'une solution qui permettra d'approvisionner le marché intérieur de la transformation sans accroître le coût des oeufs en coquille pour le consommateur.

Au cours de 1991, la situation financière de l'OCCO est demeurée stable. Au début de l'année, le compte d'élimination des excédents de l'OCCO accusait un déficit cumulé total de 1,6 million de dollars, mais à la fin de l'année ce montant avait été légèrement réduit à 1,2 million de dollars. Ce dernier montant était néanmoins plus que com-

pensé par un excédent de 4,9 millions dans le compte du prélèvement administratif. À la fin de 1991, l'OCCO n'avait plus recours aux emprunts bancaires. On ne s'attend pas à ce que la situation financière de l'OCCO se raffermisse en 1992.

### ***Le Comité technique de travail propose des solutions de rechange pour approvisionner le secteur canadien de la transformation :***

Initialement, l'OCCO a rejeté les recommandations du Comité et avancé une solution de rechange qu'elle croyait apte à rendre le système plus souple. Il proposait plutôt l'établissement d'un contingent mis en commun, qui serait réparti entre les provinces sur la base d'un ensemble prédéterminé de critères. Tout contingent non réattribué à la même province qui l'a cédé serait acheté par l'OCCO et versé au contingent mis en commun. Les provinces qui voudraient accroître leur production pourraient acheter ce contingent de l'OCCO. Les réticences du Conseil devant une telle proposition tenaient à ce que, en dépit de l'assouplissement de certains aspects du système actuel, on ne résolvait pas le problème existant du subventionnement, au moyen du prélèvement à la consommation, du marché crois-

représente les dix provinces; l'Office canadien de commercialisation du dindon en représente huit (l'I.-P.-E. et T.-N. ne sont pas du nombre); l'Office canadien de commercialisation du poulet en représente neuf (la C.-B. n'en fait pas partie); l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair en représente cinq (sont exclus la Saskatchewan, le N.-B., la N.-E., l'I.-P.-E. et T.-N.). En plus des représentants des offices de commercialisation provinciaux, on compte deux membres fédéraux nommés au conseil d'administration de l'Office des oeufs, dont l'un est président. On retrouve également deux membres fédéraux dans les conseils d'administration des offices de commercialisation du poulet et des oeufs d'incubation de poulet à chair.

Trois offices nationaux de commercialisation sont situés à Ottawa; le quatrième, l'Office canadien de commercialisation du dindon, se trouve à Brampton (Ontario).

## COMPOSITION DU CONSEIL

Au 31 mars 1992, le Conseil se composait de six membres désignés.

Président	M. Cliff McIsaac*
Vice-prés.	Vacant**
Membre exécutif	M. Glenn Flaten
Membre	M. Albert Vielfaure
Membre	M. Eric Hammill
Membre	Mme Peggy Smyth
Membre	M. Larry Moynahan
* Nommé le 19 novembre 1991.	
M. Cliff McIsaac remplace M. Ralph Barrie.	
** Nommé le 19 mai 1992, M. Laurent Mercier remplace Mme Lise Bergeron.	
*** Nommé le 21 mai 1992, M. Roy Miske devient le quatrième membre exécutif.	

Historique

Le Conseil a été établi en 1972 selon les termes de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (la Loi). Selon la Loi, le Conseil doit se composer d'au moins trois et d'au plus neuf membres, dont la moitié au moins représente des producteurs du secteur primaire. Le but premier de la Loi est d'offrir un véhicule permettant de raccorder les pouvoirs de commercialisation des provinces, qui se limitent au commerce intraprovincial, et ceux du gouvernement fédéral, lequel régit le commerce interprovincial et d'exportation.

Mandat

Le mandat du Conseil est de maintenir et de promouvoir une commercialisation et une production fortes, efficaces et concurrentielles des produits agricoles en vertu des plans nationaux de commercialisation. Les intérêts des consommateurs, des producteurs et des autres intervenants de la chaîne agro-alimentaires doivent être pris en considération par le Conseil.

La Loi prévoit deux principaux genres d'offices - ceux qui régularisent les approvisionnementnements (actuellement limités aux oeufs, à la volaille et au tabac) et ceux qui ne les régularisent pas. On compte présentement quatre offices nationaux de commercialisation qui régularisent respectivement les approvisionnementnements en oeufs en coquille (de consommation), en dindon, en poulet et en oeufs d'incubation de poulet à chair.

Responsabilités

Le Conseil n'est pas un organisme de réglementation. Il surveille et examine les activités des offices nationaux de commercialisation; il conseille le ministre fédéral de l'Agriculture sur toutes les questions relatives à l'établissement, au fonctionnement et à la performance des offices et il travaille également avec les offices et les gouvernements provinciaux afin de promouvoir une commercialisation plus efficace des produits réglementés.

Le Conseil examine les activités des offices pour s'assurer qu'ils n'abusent pas de leurs pouvoirs. Il peut agir en qualité d'intermédiaire entre le secteur primaire réglementé et les secteurs non réglementés. Il statue sur les disputes entre les offices et les signataires des accords fédéraux-provinciaux et entend les plaintes des tiers, tel que les transformateurs et les consommateurs. En outre, le Conseil peut tenir des audiences publiques sur tout aspect des activités d'un office de même que sur une proposition visant l'établissement d'un nouvel office. Les pouvoirs du Conseil lors de ces audiences sont équivalents à ceux d'un commissaire nommé en vertu de la partie I de la Loi sur les enquêtes.

Offices nationaux de commercialisation

La Loi pourvoit, avec l'approbation du gouverneur en conseil, la base juridique nécessaire à l'établissement d'un office. Elle autorise un office à exercer quelques-uns ou la totalité des pouvoirs qu'elle énonce, lesdits pouvoirs étant ensuite incorporés dans un plan de commercialisation. Un plan de commercialisation, qui explique la façon dont fonctionnera l'office doit respecter les juridictions fédérales et provinciales. Le lien entre les juridictions s'établit au moyen d'un accord fédéral-provincial.

Les signataires d'un accord fédéral-provincial incluent le ministre fédéral de l'Agriculture et le Conseil, les ministres de l'Agriculture, les régies agricoles (ou organismes de surveillance) et les offices de commercialisation des provinces participantes. Les signataires se rencontrent périodiquement pour évaluer la performance d'un office, traiter les questions en cours et examiner les modifications à apporter à l'accord. Le consentement unanime des signataires est nécessaire pour modifier un accord fédéral-provincial.

Les offices nationaux sont dirigés par un conseil d'administration composé de représentants des producteurs, choisis parmi les offices de commercialisation de chaque province participante. Toutes les provinces ne sont pas participantes : l'Office canadien de commercialisation des oeufs

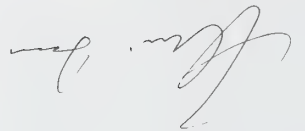


Enfin, les délais dans les négociations en cours pour un nouvel accord du GATT ont entretenu un climat d'incertitude pour les offices qui assurent la gestion des approvisionnement sous la supervision du Conseil. L'engagement résolu de votre gouvernement qui entend bien renforcer l'article 11 a été vigoureusement applaudi par le Conseil et les offices de commercialisation.

En bref, grâce au renforcement du groupe de membres, à un mandat plus étendu et à une mission plus nettement établie, le Conseil entend s'attaquer sans tarder à la tâche qui lui a été confiée. Nous établissons actuellement, avec les intervenants de l'industrie, des liens qui, combinés avec leur compétence et leur bonne volonté, nous seront d'une grande assistance.

Au nom du Conseil, je vous prie, M. le ministre, de recevoir mes salutations distinguées.

Le président,



Cliff McIsaac

## LETTRE AU MINISTRE

L'honorable Bill McKnight  
Ministre de l'Agriculture  
Ottawa (Ontario)

M. le ministre :

Il me fait plaisir de vous présenter ce rapport sur les activités du Conseil national de commercialisation des produits agricoles pour l'exercice financier se terminant le 31 mars 1992.

L'exercice pourrait se diviser en deux périodes distinctes. Durant la première période, le Conseil était dirigé par mon prédécesseur, M. Ralph Barrie; la seconde période commencerait avec ma nomination à la fin de novembre 1991.

Comme vous avez renforcé le groupe des membres du Conseil auquel vous avez confié un nouveau mandat, le Conseil a pu prendre les devants et aider le secteur de la volaille à devenir plus compétitif. Outre ma nomination à la présidence en novembre 1991, à la fin de mai 1992, le Conseil a accueilli M. Laurent Mercier à la vice-présidence et M. Roy Miske à titre de membre exécutif.

Le Conseil s'est immédiatement appliqué à élaborer des énoncés de mission et de plan stratégique grâce auxquels il définit la démarche que nous entendons adopter face aux changements requis pour la deuxième génération des systèmes de gestion des approvisionnement. Durant l'exercice qui débute, le Conseil traduira ces objectifs généraux en plans d'action précis.

La nouvelle démarche a déjà commencé à porter des fruits. Dans le cas de l'Office de commercialisation des oeufs, le Conseil a reçu, durant une réunion des régies provinciales en mars 1992, le mandat d'élaborer un processus visant à assurer le respect de l'Accord fédéral-provincial ou à modifier cet Accord. Les pages suivantes de ce rapport comprennent des renseignements détaillés sur les activités des offices de commercialisation des oeufs, du poulet, du dindon et des oeufs d'incubation de poulet à chair.

En 1991, le scrutin prévu pour déterminer le niveau de soutien des producteurs envers un nouvel office de commercialisation des pommes a été remis à l'année suivante à cause des incertitudes résultant des négociations du GATT.

Les modifications proposées à la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, c'est-à-dire le projet de loi C-52, ont été déposées au Parlement le 12 décembre 1991. Grâce à ces modifications, on pourra établir des offices spéciaux chargés de la recherche et de la promotion de denrées agricoles.

**Table des matières**

Lettre au ministre

Rôle du Conseil

Composition du Conseil

Rapport sur les activités

3	Office canadien de commercialisation des oeufs
14	Office canadien de commercialisation du poulet
20	Office canadien de commercialisation du dindon
25	Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair
29	Coût de production et détermination des prix

**Tableaux**

**Oeufs en coquille et de transformation**

8	Approvisionnement et consommation intérieure
8	Commerce d'oeufs de transformation
9	Attribution de contingents aux provinces
9	Placements de poussins
10	Programme de retrait des excédents
11	Prélèvements 1990 et 1991
12	Prélèvements 1991
13	Budget

**Poulet**

17	Approvisionnement et consommation intérieure
17	Répartition des contingents de l'OCCP
18	Attribution des contingents aux provinces
19	Prélèvements
19	Budget

**Dindon**

22	Approvisionnement et consommation intérieure
23	Attribution des contingents aux provinces
23	Prélèvements
24	Budget

**Oeufs d'incubation de poulet à chair**

26	Approvisionnement et consommation intérieure
26	Production provinciale nette
27	Répartition du contingent entre les provinces
27	Prélèvements
28	Budget

**Glossaire**

Pour plus de précisions sur les activités du Conseil,  
veuillez communiquer avec :

**Bureaux :**

Affaires publiques et réglementation  
13e étage, Immeuble Martel  
270, rue Albert  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

**Adresse postale :**

C.P. 3430  
Succursale "D"  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

Téléphone : (613) 995-6752  
Télécopieur : (613) 995-2097

No de catalogue : A99-1992  
ISBN : 0-662-59462-2

Imprimé au Canada sur papier recyclé.

# **Conseil national de commercialisation des produits de ferme**

## **Rapport Annuel 1991-1992**



Conseil national  
de commercialisation  
des produits agricoles

National  
Farm Products  
Marketing Council

Canada

PA1  
DB35  
A56

 **NATIONAL FARM PRODUCTS COUNCIL**

**ANNUAL REPORT**

**1992-1993**



National Farm Products  
Council

Conseil national des  
produits agricoles

**Canada**

## COUNCIL'S MISSION

*to foster and assist the poultry industry in moving to a new generation of supply management characterized by demonstrable market responsiveness and efficiency so that all stakeholders are, and are seen to be, benefitting equitably, and to facilitate the establishment of promotion - research agencies for farm products pursuant to Bill C-54*

**For further information about the activities of the Council, please contact:**

### **Offices:**

Regulatory and Public Affairs  
13th Floor, Martel Building  
270 Albert Street  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4

### **Mailing Address:**

P.O. Box 3430  
Postal Station "D"  
Ottawa, Ontario  
K1P 6L4  
Tel.: (613) 995-6752  
Fax: (613) 995-2097

Catalogue No.: A99-1993

ISBN: 0-662-59801-6



Printed in Canada on recycled paper.

# NATIONAL FARM PRODUCTS COUNCIL

## ANNUAL REPORT

1992-1993



### Table of Contents

<b>Report to the Minister</b>	3
<b>Duties of the Council</b>	6
<b>Membership of the Council</b>	7
<b>Objects of a National Farm Product Agency</b>	8
<b>Reports on Agencies</b>	9
Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)	11
Canadian Chicken Marketing Agency (CCMA)	19
Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)	23
Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)	25
<b>Proposal for a National Marketing Agency for Fresh Apples</b>	28
<b>New: National Promotion and Research Agencies Bill C-54...</b>	30
<b>Council's Action Plan for 1993</b>	32
<b>Elements of the Action Plan</b>	33



## LETTER TO THE MINISTER

Honourable Charles Mayer  
Minister of Agriculture  
Ottawa, Ontario

June, 1993

Dear Mr. Minister:

In accordance with Section 15 of the Farm Products Agencies Act, my colleagues and I are pleased to present to you the 21st Annual Report on the activities of the National Farm Products Council for the year ended March 31, 1993.

The Council received guidelines from your predecessor, the Hon. Bill McKnight, in March '92. He urged us to "take an active role in guiding and managing the process of adapting to change and assisting the industry to become more competitive, efficient and market responsive". We were reminded "to ensure that supply management works for all stakeholders". And he encouraged us to use our unique position to promote the evolution of supply management systems for poultry agencies.

Council welcomed these challenges and has made every effort to pursue them vigorously. We appreciate your continued support for our mandate - and for our efforts.

It is our assessment that there was not adequate progress made last year in addressing the major issues raised by the Poultry Task Force. While there were positive steps taken by some stakeholders, we remain concerned about the lack of sufficient progress by others on certain key recommendations.

The updating of the cost of production (COP) formulas by the chicken, egg and turkey agencies, as required by federal - provincial agreements, left much to be desired. Council's review of those studies identified issues in each proposal which are unacceptable. While the chicken agency did a more extensive study, neither it nor the egg agency would agree to make more than minor changes. Since the revised studies did not go far enough towards meeting the stated objectives for national supply management agencies, Council did not endorse either formula. Despite Council's objections, both chicken and egg agencies implemented these COP studies. The Council offered conditional support for the implementation of the formula submitted by the turkey agency.

Another major concern is the lack of progress in revising the federal - provincial agreements. The urgency for doing so is well known — the marketing plans need flexibility in order to respond to changing market circumstances. Current agreements require unanimity by as many as 35 signatories!

## LETTER TO THE MINISTER

The attempt last year to resolve the conflicting interpretations of the national egg marketing agreement was unsuccessful. The process highlighted the underlying problem — the lack of a common vision among signatories across Canada about what the plan is intended to achieve. Many have difficulty considering the national point of view or the national market. Rather, they focus on the narrower perspectives of their own constituencies — which tend to be ones of provincial self interest and producer income support. Nevertheless, Council is convinced there is enough goodwill and desire to warrant a second attempt to revamp the federal - provincial agreement.

Unfortunately, many stakeholders still feel there is no urgency to consider major changes until the GATT negotiations have been concluded. There is little pressure from the marketplace: demand for chicken and broiler hatching eggs increased slightly — that for eggs and turkey was up marginally — and imports remained under control. However, a comparison of Canadian consumption to the greater levels in the United States suggests that our industry must determine how to take advantage of similar opportunities for growth in Canada — especially for adding value and employment in further processed products. Such activity is necessary if we are to become “more competitive” — recognize the global competition which we face as a nation — and further the interests of all stakeholders.

Council developed an action plan for 1993 in order to address the outstanding issues. It begins with a public workshop with broad stakeholder participation planned for June to explore “Competitive pricing for the 90’s and the role of COP formulae”. We are confident that it and the other initiatives will help focus more attention, discussion and action on the recommendations of the Poultry Task Force — which the federal and provincial ministers agreed must be addressed.

We do wish to note the positive aspects of agency performance - and the dedication of many in those organizations. In varying degrees stakeholder representation on certain agency committees was improved in response to Poultry Task Force recommendations. The chicken agency revised its contingency quota policy, signed a contract with British Columbia to account for its production and established a 10 million kilogram national quota pool to improve market responsiveness. The turkey agency cut quota in order to reduce excessive inventories. The crisis over the surplus egg removal program absorbed most of the energy of the egg agency — which underlines the urgency to get that issue resolved.

## LETTER TO THE MINISTER

The proposal to create a national apple marketing agency did not receive sufficient support from apple growers across Canada during the vote in February '93. This vote concluded a process which had spanned three years and was characterized by the hard work of participants across Canada on both sides of the issue.

The passage of Bill C-54 by Parliament on February 10 amended our Act to allow for the establishment of national promotion and research agencies for farm products. We are working closely with Agriculture Canada to develop guidelines and procedures for such agencies which will then come under the supervision of Council. Producers now have another valuable tool available to them with which to market their products.

In the fall, the appointment of a fourth and fifth new members to the Council demonstrated your government's commitment to strengthen and balance the stakeholder representation. Since then one of Council's founding members, Mr. Albert Vielfaure, retired after serving faithfully for 21 years. We will miss his wisdom, experience and good humor.

In summary, it has been an interesting year. We remain optimistic that most stakeholders are becoming more committed to work together to 'manage change' rather than be overwhelmed by it!

Yours truly



Dr. Cliff McIsaac  
Chairman

## DUTIES OF THE COUNCIL

### Farm Products Agencies Act

#### *Duties of the Council ... section 6.(1)*

“(a) to advise the Minister on all matters relating to the establishment and operation of agencies under this Act with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry;

(b) to review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objects set out in section 21 or 41, as the case may be; and

(c) to work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade and, in the case of a promotion-research agency, in promoting such marketing in import trade and in connection with research and promotion activities relating to farm products.”

Since its creation by Parliament in 1972, the Council has acted mostly as a supervisory body — or what some have called a “watchdog” — for national farm product marketing agencies established under the Farm Products Agencies (FPA) Act. We report to the federal Minister of Agriculture.

Council’s job is to ensure that the agencies respect and use the powers provided to them under the Act to promote ‘strong, efficient and competitive industries’. Agencies must take into account the interests of all stakeholders - - consumers, producers, processors, and where applicable importers etc.

To achieve these objectives, a Poultry Task Force recommended major changes be made to the national supply management systems operated by the national marketing agencies. Council’s mandate is to encourage the marketing agencies to work closely with other industry stakeholders in order to effect the necessary evolution of the systems.

There are two kinds of agencies — the marketing agency and the new promotion and research agency. At this time only marketing agencies exist — for eggs, chicken, broiler hatching eggs and turkey, since enabling legislation for the establishment of promotion-research agencies was given Royal Assent in February 1993.

Council is not a regulatory body. It monitors, reviews and reports to the federal Minister of Agriculture on all operations of an agency. Only some aspects of agency operations must be approved by Council. These are orders and regulations such as quotas, licences and levies.

Council also adjudicates disputes between the agencies and signatories to the federal-provincial agreements and we hear complaints from third parties, such as processors and consumers.

Council may hold public hearings on any aspect of agency operations, and must hold a public hearing on a proposal to establish a new agency.

The Council is made up of between three and nine members, of which at least 50% must be producers not including the chairman.

Council receives its powers from the FPA Act which provides the basic mechanism (federal-provincial agreements) for dovetailing the provincial authority over intraprovincial trade, with the federal government authority over interprovincial and export trade.

## MEMBERSHIP OF COUNCIL

Chairman	Cliff McIsaac
Vice Chair	Laurent Mercier
Executive Member	Glenn Flaten
Executive Member	Roy Miske
Member	Peggy Smyth
Member	Reta Moyer
Member	John Vissers

Albert Vielfaure, a founding member, retired in April 1993.

---

## SENIOR STAFF

Executive Director	Larry Matheson
Director, Planning and Project Management	Terry Tunney
Director, Regulatory and Public Affairs	Carola McWade
Director, Operations	Keith Wilkinson
Commodity Advisors	Robert Botsford
	Odette Lavallée
	Dan McDonald
	Jurgen Schiffer
	Maurice Tovel

## OBJECTS OF A NATIONAL FARM PRODUCT AGENCY

### Farm Products Agencies Act

objects of an agency....

*Marketing agency  
section 21.*

“(a) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for the regulated product or products in relation to which it may exercise its powers; and

(b) to have due regard to the interests of producers and consumers of the regulated product or products.

*Promotion - Research agency  
section 41.*

The object of an agency is to promote a strong, efficient and competitive industry for the regulated products in relation to which it may exercise its powers by promoting the marketing and production of the products and by conducting and promoting research activities relating thereto, having due regard to the interests of producers and consumers and, where applicable, importers of the regulated products.”

An agency is a regulatory body for a specific farm product. Like the Council, it is established pursuant to the Farm Product Agencies (FPA) Act.

There are two types of national agencies, for marketing, and for promotion and research. The basic difference is a marketing agency has supply management powers.

#### A marketing agency

- establishes and allocates quota
- promotes products
- raises funds through levies
- licenses marketers
- removes surpluses (eggs)

#### A promotion and research agency

- raises funds through a national check off system, and may levy imports of raw and processed products
- funds primary production research, new product development, nutrition research, advertising and promotion, consumer education

To establish an agency, a sponsoring group will prepare a marketing or promotion-research proposal. Council must be satisfied that a significant number of producers are in favour. The Council enquires into the merits of establishing an agency and it cannot recommend the establishment unless it is satisfied that a majority of producers of the regulated product are in favour.

Council reports its recommendations to the Minister including elements of an appropriate marketing plan. Upon ministerial direction Council negotiates a

federal-provincial agreement with provincial signatories. Following the signing of the agreement by provincial signatories and the federal minister of agriculture, the Governor in Council establishes the agency by Proclamation.

Signatories to a federal - provincial agreement for marketing agencies have included the federal Minister of Agriculture and the provincial ministers of agriculture, the Council, supervisory boards, and commodity boards from the participating provinces.

Signatories meet periodically to review the performance of an agency, to deal with outstanding issues, and to consider amendments to the agreement. A similar structure and process will apply in the case of promotion-research agencies.

National marketing agencies are corporate bodies operated by a board of directors comprised of elected producer representatives from the commodity boards of each participating province. Not all provinces participate. There are two federal appointees to the boards of the egg, chicken and broiler hatching egg agencies as well as the commodity board representatives. The chairman of the egg agency is a federal appointee.

Orders and regulations of an agency (such as quotas, licenses and levies) must be approved by the Council.

## REPORTS ON AGENCIES

Council is required under the FPA Act “to review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objects...” and to report the findings, recommendations etc. to the federal Minister of Agriculture who in turn reports to Parliament.

At this time four agencies report to Council; all are national marketing agencies: eggs, chicken, broiler hatching eggs and turkey. Combined, the 4900 producers account for about \$1.628 billion in farm cash receipts which represents about 8.6% of total Canadian farm cash receipts.

In this report, the Council focuses on those issues and events which had a significant impact on the performance of each agency and the interests of other stakeholders.

There are numerous opportunities for all the agencies to make their industries more “strong, efficient and competitive”. At the same time other stakeholders — processors, wholesalers, retailers, governments — who also benefit from national supply management in terms of stability, product quality, market protection etc. - - have a responsibility to contribute in a positive manner to the process of change as well.

Council’s role is to work with the agencies and stakeholders to promote change. At the same time Council must report to and advise the Minister of Agriculture about the performance of the agencies.



## CANADIAN EGG MARKETING AGENCY (CEMA)

**farm cash receipts**

**\$ 375 million**

**number of producers 1524**

**all provinces are signatories  
to the National Egg  
Marketing Plan**

Council is concerned that despite its objections, the CEMA implemented three major programs which were not endorsed by Council. Council's opinion was that the programs were not consistent with the objectives of a national marketing agency, the direction of the Poultry Task Force recommendations nor the Egg Review Committee. The programs were:

- cost of production (COP) formula
- new levy structure
- quota buyout

Council recognizes the pressures on the Agency to act in the face of the inability of signatories to agree on a solution to the surplus egg removal problem. Nevertheless, the only programs which should be implemented are those which are consistent with the legislation and which respect the process of accountability required by Parliament.

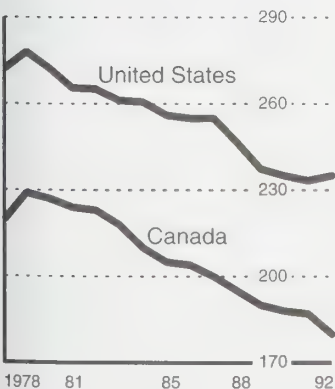
Council has asked the Agency to resume the review of the COP formula and to address the issues raised by Council. The new levy structure and the quota buyout program, which did not receive the endorsement of Council, could be addressed as part of a new initiative to amend the federal-provincial agreement on egg marketing.

---

### contents...

- Review of Federal-Provincial Agreement on Egg Marketing
  - Council Rejects the CEMA's Proposal to Redesign the Surplus Removal Program
  - Review of Cost of Production Formula
  - Quotas
  - Levies
  - Segmented Pricing Discussions Revived
  - Financial Performance
  - Issues in the Courts
- 

**Egg  
Per Capita Consumption  
(Pieces)**



Source: Agriculture Canada  
U.S.D.A.

### Review of Federal-Provincial Agreement on Egg Marketing

The provincial supervisory boards mandated Council in March '92 to come up with a process to try and resolve conflicting interpretations among the signatories to the federal provincial egg marketing agreement. The major issue was the program for the removal of eggs surplus to the table market for industrial processing and/or export markets. The

attempt to find a long term solution by year end was not successful. However, there was almost an agreement on a draft Memorandum of Agreement (MOU). Council feels this progress, and subsequent pressures, provide sufficient basis for optimism about the possibility of finding an acceptable compromise should negotiations resume.

The Review Committee established by Council to address the issue was

composed of signatories and industry representatives. It eventually developed a draft MOU which proposed a more effective removal system for surplus eggs. The Agreement was to go into effect January 1, 1993.

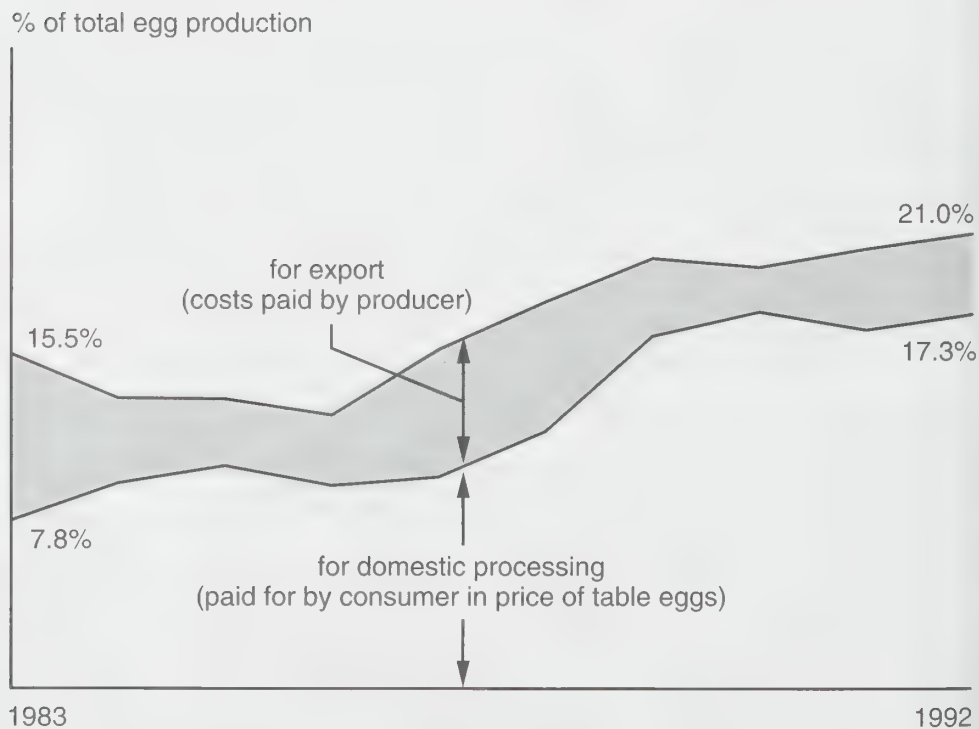
Unfortunately, when signatories were asked to ratify the MOU by December 4 1992, Ontario refused — and the proposal died because of the requirement for unanimity. Quebec had agreed to sign only if all other provinces signed. Ontario's reason for not agreeing was that the proposal did not go far enough

towards addressing inequities in the system and its insistence that total levies in Ontario be capped at 11 cents per dozen.

Council supported the MOU. It proposed to limit the responsibility for the national Cost of Production Equalization (COPE) levy to a natural overrun set, by formula, at 14.8% of table egg disappearance (3,210,700 boxes of surplus). The COPE levy is included in the price paid by consumers. The buy back allowance paid by the CEMA to the grading stations would have been set at the cost of production (COP) plus four

#### who pays for surplus eggs...

#### Eggs surplus to table egg requirements



Council's concern: the 10% growth in the sale of surplus eggs to the processing market at half the price - paid by consumers at a cost of \$21.7 million in 1992.

Source: CEMA Report

**how eggs are marketed...**

Most producers ship their eggs to registered grading stations — although some producers grade their own. Once graded, the producer is paid based on the published (CEMA) price which is based on a cost of production formula. The eggs are then sold in most cases to retail food chains. Graders can buy or sell among themselves.

Eggs not needed for the table market are sold to the provincial egg boards which act as agents for the CEMA. These eggs include natural overrun (14.8%) and surplus (3 or 4%). These eggs are either sold to domestic “breakers” for domestic processing use or, to export markets. Prices paid by the domestic breakers are much lower than for consumer use and are even lower for the export market. Grading stations often sell “peewees” and any damaged or unsuitable eggs (about 5%) directly to processing plants.

cents. Surplus production in excess of the overrun was to be funded by a variable provincial levy system which recognized different levels of provincial responsibility for producing eggs excess to table demand. This would have varied from 2% to 7% of the provinces production.

**the after effects...**

Still hopeful that Ontario would agree to the MOU, on December 8 Council prior- approved a levy structure submitted by the CEMA which incorporated principles of the MOU. The COPE levy would have been 8.5 cents per dozen: 8 cents of which would be to remove the natural overrun and 0.5 cents to repay the COPE fund debt.

The impact of the approval was to establish Ontario's removal levies at 12.1 cents per dozen — or 1.1 cents more than its self imposed cap of 11 cents. Without full payment from Ontario and also uncertain about whether Quebec would participate, the CEMA was not able to obtain the required guarantee of financing from the bank.

Consequently the CEMA withdrew its standing offer to purchase eggs surplus to table demand effective January 1, 1993. Each province then became responsible for removing those eggs and no longer had to remit levies to the Agency for that purpose.

The signatories to the National Egg Marketing Plan must eventually negotiate a long term solution for surplus egg removal which respects the requirements of the federal-provincial agreement.

**Council rejects CEMA's proposal to redesign the surplus removal program**

When the CEMA withdrew its surplus removal program on January 1, 1993, pressure mounted as some of the provinces began to experience financial difficulties, thereby threatening the discipline of orderly marketing. On January 27-28, 1993 the CEMA approved a new surplus removal plan of its own for 1993 only. It was a restructured national industrial product removal program and a quota buyout program. When asked to approve the new scheme on February 15- 16, Council refused.

Under the new CEMA proposal, all provinces would contribute 4 cents per dozen to a national fund to remove surplus table eggs: 2 cents would be a domestic industrial levy (formerly the COPE levy) and 2 cents would be to cover export costs. Ontario and Quebec would contribute even though they would continue to operate and fund their own domestic product removal programs. Ontario subsequently allowed that the 11 cent levy “cap” in that province could be an average of different rates during the year.

The Atlantic provinces would be responsible to remove industrial product to a maximum of 10 percent of their previous year's declared marketings with Western provinces responsible for 15 percent. To pay for this, a variable levy would be incorporated into the cost of production formula used for pricing table eggs. Eggs surplus to the threshold levels would be financed by a national fund. The CEMA also decided there would be no further pro-rata quota reductions in

## CEMA

1993. Instead the Agency proposed a quota buy out program and possibly a national quota exchange program at some later date.

Council's refusal to approve the CEMA proposal meant the levies order prior-approved by Council on December 8, which was based on the MOU supported by a majority of signatories, remained in affect.

The reasons for Council's refusal are clear. In Council's opinion, the new CEMA proposal did not address the concern that the diminishing consumer table egg market is cross-subsidizing a growing demand for processed eggs. In fact, the proposal regressed from the progress made during the MOU negotiations. It would maintain the "status quo" since both provincial and national domestic removal levies were incorporated into the cost of production formula. The consumer would continue to be responsible for the increasing cost of selling eggs to domestic breakers.

Regarding Council's objection to the CEMA's quota buyout program, Council cannot support the use of consumer levies to fund the retirement of production quota. Specifically, the objection is to the use of previously withheld Quebec COPE levies to fund the initial quota buyout.

Despite Council's refusal to prior-approve the CEMA's proposed amendment to the levies order, the CEMA implemented its January surplus removal proposal and incorporated the full amount of the consumer levy (national and variable provincial portions) into the pricing formula.

The result is a consumer levy in excess of the 8.5 cents approved by Council.

### Review of cost of production formula

The CEMA conducts a periodic review of its cost of production formula for eggs and submits the results to Council. Implicit in this process is that Council's comments be addressed by the Agency. Council maintains the Agency had not responded adequately to Council's concerns about the 1991 review when the Agency implemented its formula in 1992. The outstanding major concerns are:

A more reliable method to assess **labor cost** must be developed. Survey results leave too much room for subjective reporting — particularly with respect to the family labour component.

The basis for the CEMA's increase of the **fringe benefits** from 20% to 23.3% was unjustified.

The Agency did not establish the cost of production on the basis of an **efficient segment of egg production**.

The validity of the survey is questionable when 36.7% of the producers originally selected for the sample refused to participate, almost twice the rate experienced in the previous survey. Confidence in the latest survey results was further eroded as 75% of the reported accuracy rates had deteriorated when compared to the previous survey results.

Only on the issue of the rate of **return on investment** did the Agency reluctantly agree to Council's view that it should

### how quotas are set...

Each year the CEMA establishes a national quota for the table and processing markets. Quotas can be adjusted periodically.

As long as the quota is below 475 million dozen eggs, it is shared among provinces according to historical market shares at the time the agency was established in 1972. If there is any quota available above that amount, it is allocated on the basis of criteria such as comparative advantage of production.

Quota orders must be prior approved by the Council.

remain unchanged at prime plus 2% as compared to the prime plus 4% submitted by the Agency. Council maintained several comparative studies of rates of return in different sectors of the economy supported its view.

In summary, with the exception of the return on investment issue, the CEMA refused to make any change to its 1991 review results and, despite Council's objections, implemented their new COP formula in early 1992.

### Quotas

In 1992, 69.3 million dozens of eggs were declared surplus as compared to 68.2 million dozen in 1991. Consequently, the CEMA asked and received from Council prior-approval to reduce the 1993 quota by 2% to 459.885 million dozen on a pro- rata basis among the provinces for a one year period.

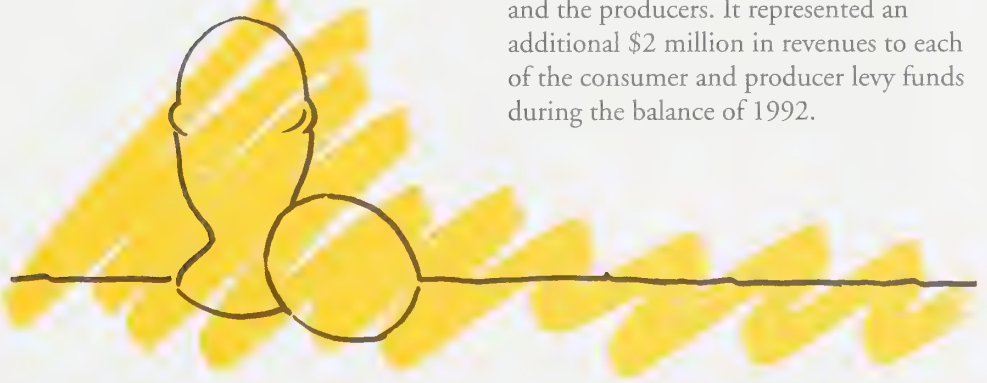
However, New Brunswick appealed the CEMA's overbase purchase program to the courts. It won the decision that its

quota could not be reduced; therefore its December 1991 quota was reinstated. Then, during the subsequent negotiations for the MOU (described previously), New Brunswick volunteered to take the 2% reduction along with other provinces. This was approved by Council in December 1992.

### Levies

In January and again in March 1992, the CEMA requested Council to prior-approve a further 2 cent per dozen increase in the COPE levy. On both occasions Council declined to do so and advised the CEMA that they must find a longer term solution to financing the impact of the declining table egg market and the growing market for processed eggs. This led to the initiative to amend the federal provincial agreement described earlier.

The CEMA's third attempt at a 2 cent per dozen levy increase was prior-approved by Council in July 1992. Approval was given on the assumption that an acceptable agreement would be negotiated by the Egg Review Committee. The levy increase was divided equally between the COPE fund (consumers) and the producers. It represented an additional \$2 million in revenues to each of the consumer and producer levy funds during the balance of 1992.



### levies...

The difference between the price paid to the producer at the grading station and what the processing or export market pays is offset by two levies. One is a levy paid by consumers; up to February 1993 it was called the cost-of-production equalization levy (COPE or consumer levy); since then it has become the "domestic industrial levy". A second levy is paid by producers for exports.

A third levy to cover the CEMA's administration costs is also added to the price of Grade A table eggs.

Levies must be prior-approved by Council.

As described elsewhere, Council had prior-approved CEMA's request in December for a 1993 levy structure based on the proposed MOU. When Ontario would not ratify the MOU, the CEMA submitted its own levy proposal. Under this proposal, the total domestic removal levy was divided between a national and a provincial levy. The national domestic removal levy was within the rate approved, in December by Council. However, the provincial levy is also added to the price of eggs paid by consumers. Therefore the Council rejected the CEMA proposal because it proposed that consumers would continue to be responsible for financing all domestic processing egg sales. It was Council's opinion that the CEMA proposal still did not address the long standing concern that a diminishing table egg market is cross-subsidizing a growing domestic demand for processed eggs.

Despite Council's rejection of the CEMA's proposed amendments, in February 1993 the CEMA put its own levy structure into place. It increases the renamed weighted COPE levy paid by consumers to 9.63 cents per dozen — compared to 8.5 cents proposed in the draft MOU.

During 1992, the COPE fund deficit (for 1993 the "domestic industrial" fund) was reduced by \$10 million from \$12.5 million to \$2.5 million. It is expected there will be little further reduction during 1993.

The producer fund was reduced during 1992 from \$11.3 million to \$0.9 million in spite of the additional 1 cent producer levy implemented in July 1992.

In 1992 the CEMA's administrative expenditures exceeded revenues by \$0.9 million leaving a balance in the

administrative fund of \$4.0 million at the end of 1992. The 1993 levy to finance the operations of the Agency remains at 2 cents a dozen.

### Segmented pricing discussions revived

In August 1992 the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) informed the CEMA that several major Canadian egg product users were considering whether to continue manufacturing certain products in Canada. In order to maintain a viable processing industry, the CPEPC proposed changes to the breaker price formula to make Canadian prices competitive with the United States.

CEMA agreed to remove the freight component of the formula (3 cents per dozen \$US) and to study removal of the duty component (1.8 cents \$Cdn) and the distribution of surplus eggs on condition that a committee be formed to study options to generate greater income from certain market segments — in particular segmented pricing for various uses in the hotel, restaurant and institution trade (HRI).

Council chaired the first meeting of the Segmented Pricing Committee in October 1992. The CPEPC representatives indicated that the segmented market represents only a very small portion of the processing market and that accurate data would be almost impossible to obtain. There will likely be further meetings of the committee.

## Financial Performance

The Agency's total administrative expenses were \$9.5 million in 1992. Revenues were \$8.6 million. Advertising and promotion continued to be the largest component at \$5.2 million or 53.1% of the total expenses.

The CEMA projects that for 1993 expenses will exceed revenues by \$1.5 million. Revenues are expected to be \$8.6 million and expenses \$10.1 million. Advertising and promotional expenses at \$5.2 million are 51.5 % of the total budget.

Despite the anticipated operating loss of \$1.5 million during 1993, the Agency should still end the year with a positive net cash balance of \$2.5 million. Given that the Agency's anticipated expenses for 1994 will be over \$10 million, the Agency has indicated a need for a minimum levy increase of 0.5 cents per dozen, thereby increasing the levy to 2.5 cents for 1994.

The 1993 administrative budget projects a reduction in expenditures of \$0.5 million or a decrease of 4.7% over the 1992 budgeted expenditures. The reductions are in three areas; 1) directors expenses, six meetings of the CEMA directors are scheduled for 1993 as compared to 7 in 1992; 2) management expenses, no COP survey is scheduled for 1993 and 3) salaries, the number of staff has been reduced from 49 in 1992 to 45 for 1993.

## Issues in the courts

### **Council's dispute decision on quota buyback is reversed ...**

The Council was asked to settle a dispute between New Brunswick and the CEMA. At issue was a September 1991 CEMA program to return the Atlantic provinces to their base quota at the time of the Proclamation. Compensation would be paid on 106,110 overbase regulated layers at \$17 each.

New Brunswick argued the Federal-Provincial Agreement exempted them from all quota cuts and on this basis filed a complaint with Council. Council heard the complaint in March '92 and decided New Brunswick should not be exempt from the program. The New Brunswick signatories appealed Council's decision to the Federal Court. The Court ruled that the subsection in question does exempt the provinces of New Brunswick, Newfoundland and Prince Edward Island from all quota reductions. New Brunswick's quota was reinstated to the level in effect at December 1991. Council did not appeal the Court decision.

### **Challenge of Council's authority regarding CEMA levies...**

As reported last year, the Alberta Egg Producers Board has challenged in the Federal Court Council's authority with respect to its decisions regarding CEMA levies. Although the discovery process is completed, no Court date has been set.

### **Challenge to the constitutionality of section 23 of the FPA Act under the Charter of Rights...**

Pineview Farms/Villetard Eggs asked Council to hold a complaint hearing into conduct by the CEMA and to arbitrate in the negotiations for a quota for the Northwest Territories (N.W.T.). Council declined to hold a hearing since Pineview had already commenced court action against the CEMA.

It is not within Council's jurisdiction to unilaterally determine an appropriate quota allocation for the N.W.T. It requires the agreement of all the signatories to amend the federal-provincial agreement.

Pineview Farms produced eggs in the Northwest Territories and sold some of them into Alberta. The CEMA considered this an illegal movement of eggs from an unregulated area, the N.W.T., into a regulated area, Alberta. Ultimately the courts upheld CEMA's view. The result enabled the CEMA to proceed with the immediate revocation of licenses for interprovincial movement held by Pineview Farms and Villetard Eggs.

Pineview Farms/Villetard Eggs is pursuing its opposition to this decision in a court challenge based on the Charter of Rights.

On the matter of a quota for the N.W.T., the CEMA is proposing to the N.W.T. that 37,000 layers should be sufficient quota to satisfy its needs. If this offer is acceptable to the N.W.T., the

CEMA will recommend to the signatories that they sign an amendment to the federal-provincial agreement establishing a quota for the N.W.T.

### **Can a province withdraw from a portion of an agreement...**

The decision of Ontario and Quebec to withdraw from the surplus removal program raised an important legal question. Can a signatory to the Agreement withdraw from certain portions of that agreement and still remain in the plan? Manitoba and Saskatchewan signatories have asked the courts for an opinion of the withdrawal procedures in the Agreement with respect to Ontario only. The situation with respect to Quebec is different as it operates on the basis of a contractual agreement with the Agency for the removal of surplus eggs. The case was heard on February 1, 1993.

The Court found that Ontario could withdraw from part of the agreement and remain a full partner in the Agency. However, it was the judge's opinion that, due to a technicality, the 1991 withdrawal by Ontario from the surplus removal program was not in compliance with the federal-provincial agreement. Manitoba is seeking a clarification of the Court decision.



## CANADIAN CHICKEN MARKETING AGENCY (CCMA)

**farm cash receipts**  
**\$931 million**  
**number of producers 2526**  
**all provinces are signatories**  
**to the National Chicken**  
**Marketing Plan except**  
**British Columbia**

The Council is concerned that without Council's endorsement and despite its objections, the CCMA implemented its version of a new cost-of- production (COP) formula.

The review of an Agency's COP formula is a major indicator used by Council to determine whether an Agency is addressing its stated objectives "to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry" and "to have due regard to the interests of producers and consumers".

While the CCMA is to be commended for conducting a fundamental examination of its formula and the development of a model farm, it is Council's opinion that there was not enough progress in meeting the objectives for a national marketing agency.

Parliament provided for a process of accountability in the legislation which the CCMA ignored when it implemented its own version of a new formula — despite Council's objections. Such action by the Agency does little to enhance its credibility or that of supply management. Council reported these developments to the Minister.

Council is hopeful that the Agency will resume a review of its proposed COP formula as this impasse on COP overshadows other initiatives to improve the competitiveness of the chicken industry.

On a positive note, although British Columbia has not rejoined the Agency, the Agency and the Province signed a contractual agreement for 1993 covering quotas, levies, penalties and participation at Agency meetings.

### contents...

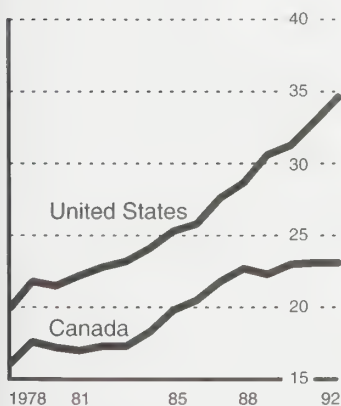
- Review of Cost of Production Formula
- Restructured Supply Management Committee (SMC)
- Quotas - 1992 and 1993 Allocations
- 1991 Assessment of Overproduction Penalties (Liquidated Damages)
- Levies
- Financial Performance

### Review of cost of production formula

The Council reviewed the CCMA's proposed 1992 update of the cost-of- production formula for chicken based on 1990 data. The previous review was in 1986. Not all members of the Agency's COP committee endorsed the report.

The Council is pleased to note a number of improvements over the previous study — particularly the addition of other stakeholders to the Agency's COP Committee and the introduction of a factor to account for efficiency in chicken production. However, Council could not endorse the proposed formula, the

Chicken  
Per Capita Consumption  
(kg.)



Source: Agriculture Canada  
U.S.D.A

**how quotas are set...**

In the fall of each year, the CCMA sets a preliminary national quota for the coming year, as well as the first period quota allocation. Another five allocations are made during the year. When the sixth period allocation is made in mid summer, the annual quota is finalized. The Agency assesses penalties on overproduction by provinces – if any – on the basis of the periodic and annual allocations.

The national quota is shared among provinces according to base shares which represent the historical market shares of each province at the time the Agency was established in 1978. Any quota allocations above the base (overbase) are made according to criteria such as comparative advantage of production etc.

Agency did not go far enough in developing a formula which addresses the objectives for an agency set out in the Farm Products Agencies Act, section 21.

The major difference of opinion remains the return on labour, specifically the number of hours worked and the wage rate relative to production volume. Council maintained the labor requirements, which primarily reflected the assessments of individual Agency directors, were overstated. Other concerns are the level of efficiency and the utilization of the production facilities. With respect to the return on investment, the Agency agreed to continue to use the current rate of prime plus 2 percent until a complete review of this issue is completed. A number of minor issues remain unresolved.

The CCMA implemented the disputed formula in 1993, inspite of Council's objections.

---

**Restructured Supply Management Committee (SMC)**

Continuing criticism about the SMC's composition and recommendations on the Canadian requirements for chicken led to a restructuring of the stakeholders representation on the Committee. The SMC makes recommendations to both the CCMA and Council on global quota allocation and price.

With Council's approval, the Committee was restructured for a one year trial basis. The Committee now consists of 8 voting members (4 primary processors representing supply, and the demand side represented by consumer, retailer, fast food and further processor interests). Other non voting members include industry and government representatives. The composition, as well as the voting procedures of the committee, will be reviewed by the Agency and Council at the end of the trial period.

---

**Quota****1992 allocations...**

The CCMA's initial estimate for 1992 production requirements, excluding British Columbia which withdrew from the Plan in 1989, was 667.8 million kilograms (Mkg), liveweight. However, the final 1992 allocation, which is the total of the six periodic allocations made during the year, was revised downward by 1.2% to 659.9 Mkg.

The Agency adopted all of its SMC's 1992 recommendations except for the fourth period because it concluded that the committee's disappearance level of 106.8 Mkg, liveweight, excluding B.C. was somewhat pessimistic and increased the recommendation to 107.4 Mkg.

**1993 allocations...**

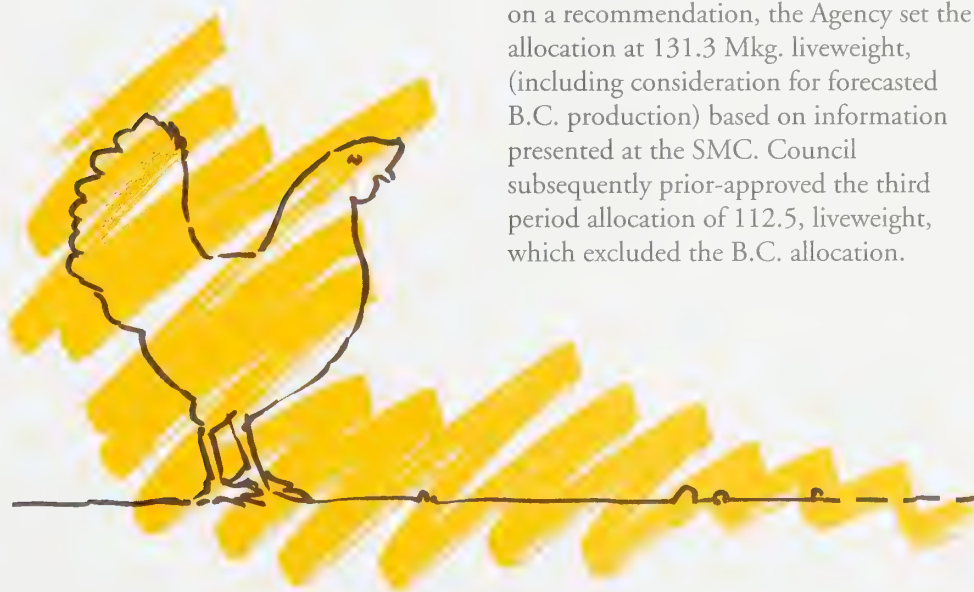
In October, the Agency requested Council's prior-approval of its preliminary annual and first period allocations of 689.3 Mkg. (excluding a volume set aside for British Columbia) and 120.4 Mkg, liveweight, respectively. Council prior- approved the first period allocation. However, it deferred a decision on the annual allocation due to the SMC's failure to reach a consensus on global requirements and to make a recommendation to the Agency. Council advised the Agency to reconsider the annual allocation and instruct the SMC to address the national quota issue rather than that of provincial shares.

The Agency in December requested prior-approval of a revised annual allocation of 694.1 Mkg liveweight and of a second period allocation of 117.5 Mkg liveweight. The Council deferred a decision on both. On this occasion Council asked the Agency to address the

increasing difference between the forecasts of British Columbia's production and the volume the Agency had provided for that province's production. (Even though British Columbia is not a member of the National Chicken Marketing Plan, its production must be accounted for when determining the total quota to meet national requirements).

In February, the Agency presented for the third time the annual allocation and for the second time, an allocation for the second period. Council approved both. Although the allocations to signatories (does not include B.C.) remained as originally presented at 694.1 Mkg liveweight for the annual quota, and 117.5 Mkg liveweight for the second period, the rationale now accounted for the forecasted British Columbia production, including a 1.4 Mkg liveweight increase recognizing B.C.'s forecasted growth requirements.

For the third period, since the Supply Management Committee could not agree on a recommendation, the Agency set the allocation at 131.3 Mkg. liveweight, (including consideration for forecasted B.C. production) based on information presented at the SMC. Council subsequently prior-approved the third period allocation of 112.5, liveweight, which excluded the B.C. allocation.



### **1991 Assessment of Overproduction Penalties (Liquidated Damages)**

The Federal-Provincial Agreement requires that the Agency assesses liquidated damages to those provinces overproducing their respective allocations. The Agency assessed financial penalties for 1991 on a periodic and an annual basis.

The Agency assessed five provincial boards a total of \$2.4 million for overproduction during 1991. Quebec, Manitoba, Alberta and Nova Scotia respected the Agency resolution. Ontario objected strongly to its penalty of \$1.7 million. It argued that the "sleeve" sizes were inequitable, unfair and discriminatory.

Although the Federal-Provincial Agreement stipulates that the Council shall be the body to resolve disputes in matters pertaining to the assessment of liquidated damages, the Ontario Board referred the case to the federal court for judicial review. It is expected the matter will be heard by the court in mid 1993.

Depending on the outcome, there could be a very significant impact on the operation and enforceability of the CCMA's liquidated damages policy - and indeed on similar programs in other agencies.

### **Financial Performance**

The Agency separates its statement of operation into two funds, the General Fund and the Liquidated Damages Assessment Fund.

Entering 1992, the Agency's General Fund balance of funds was \$2.5 million. Revenues were \$3.5 million and expenditures were \$3.4 million.

The Agency has budgeted revenues of \$3.5 million for 1993, the same as its 1992 revenues. The Agency's 1993 expenses are also budgeted at \$3.5 million to ensure that all expenses will be paid by levy income.

Regarding the Liquidated Damages Assessment Fund, the Agency collected \$0.24 million from Ontario as a result of its 1990 overproduction. It assessed liquidated damages for the 1991 production year at \$2.4 million of which the Agency collected \$0.5 million, leaving accounts receivable of \$1.8 million. Ontario's portion of the \$1.8 million, representing about \$1.7 million, is being contested in the Federal Court by the Ontario Chicken Producers' Marketing Board.



---

### **Levies**

Council prior-approved an Agency administrative levy of 0.5 cents per kilogram liveweight. This levy has remained the same for three consecutive years. No increase was necessary because of the balanced budget and a general reserve equivalent to six month operating expenses.

## CANADIAN BROILER HATCHING EGG MARKETING AGENCY (CBHEMA)

**farm cash receipts**

**\$109 million**

**number of producers 289**

**5 provinces are signatories to the National Broiler Egg Marketing Plan (representing more than 90% of Canadian production) Quebec, Ontario, Manitoba, Alberta and British Columbia**

Council is pleased to note the progress made by the CBHEMA to eliminate the outstanding debt in the levy fund and its efforts to improve the accuracy of projecting market demand.

---

### contents...

- 1992 Quota Allocation
  - 1993 Quota Allocation
  - Levies
  - Overproduction Penalties
  - Financial Performance
- 

### how quotas are set...

Each year the CBHEMA, established in 1986, sets a national production quota for broiler hatching eggs to meet the requirements for chicken production in Canada.

The Agency sets a preliminary quota at the beginning of the year. The allocation is finalized at the end of the year in order for the agency to assess provincial penalties for overproduction (liquidated damages).

### 1992 Quota Allocation

In September 1992, Council prior-approved the CBHEMA's final 1992 quota allocation at 414.9 million broiler hatching eggs (for signatory provinces only), based on a national chicken demand of 569.5 million kilograms (Mkg) eviscerated weight.

Earlier in August, the Canadian Hatchery Federation (CHF) had appealed the 1992 production level to Council, citing hatching egg levels in excess of requirements. Council declined to hear the appeal, since it had already prior-approved an initial 1992 quota order. Council advised the CHF, that if the Agency requested Council's prior-approval for a revised 1992 allocation, then the CHF could challenge the decision at that time. In the interim, some hatcheries and provincial boards, especially Ontario, took action to reduce their 1992 egg production by an early breeder kill date.

### 1993 Quota Allocations

In May 1992, Council prior-approved a preliminary 1993 allocation of 421.4 million hatching eggs (for signatory provinces), based on a total estimated chicken demand of 579.3 million kilograms (Mkg) eviscerated weight. In the latter part of 1992, on the advice of its Advisory Committee, the CCMA made a downward adjustment in its estimate of chicken production to 574.9 Mkg eviscerated. This level of production required 415.1 million broiler hatching eggs in the signatory provinces. This revised preliminary allocation was prior-approved by Council in December 1992.

The national quota is allocated to signatory provinces on the basis of a formula (schedule B of the federal-provincial agreement) which takes into account hatching egg requirements for provincial chicken production. When allocating quota, the production of non signatory provinces must be taken into account. Any interprovincial movement of broiler hatching eggs between a non signatory and a signatory province is regulated.

All quota orders must be prior-approved by Council.

#### levies...

There are two levies. The administration levy is paid by producers in signatory provinces to fund the administration of the Agency. The orderly marketing levy is paid by marketers selling hatching eggs from a non signatory province into a signatory province.

All levy orders must be prior-approved by Council.

#### Levies

In December 1991, the Council prior-approved an extension of the temporary administrative levy of .255 cents per broiler hatching egg produced, until June 13, 1992. The temporary increase was implemented to retire the Agency's outstanding debt by early 1992. In addition, Council prior-approved a new administrative levy of .17 cents per broiler hatching egg produced, effective June 14, 1992, until year end. In December 1992, the Agency requested Council's prior-approval of a continuation of the .17 cents per broiler hatching egg for the duration of 1993.

The orderly marketing levy collected on production from a non signatory province into the regulated market was \$1,255. Total levies collected were \$876,076.

#### Overproduction Penalties (Liquidated Damages Assessment)

When a province exceeds 101% of its annual quota allotment, it is liable to pay the Agency liquidated damages of 17.5 cents for every broiler hatching egg over produced. For the 1991 production year, the Agency assessed liquidated damages of \$62,395 against overproduction in the province of Quebec.

#### Financial Performance

The CBHEMA began 1992 with a surplus from 1991 of \$78,246. Revenues collected during the year were \$885,013 and expenses were \$699,192. Income from liquidated damages was \$62,395 which brought the net surplus at year end to \$326,462.

The Agency's 1993 budget forecasts revenues of \$714,000 compared to \$885,013 in 1992. The reduction is the result of the elimination of the extraordinary levy in June of 1992. Total 1993 expenses are budgeted at \$709,000 which leaves a forecasted year end surplus of \$331,462.



## CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY (CTMA)

**farm cash receipts:**

**\$213 million**

**number of producers: 574**

**all provinces except Prince**

**Edward Island and**

**Newfoundland are**

**signatories to the**

**National Turkey**

**Marketing Plan**

One of the most important indicators available to Council on whether a marketing agency is meeting its legislated objectives (itemized in this report under "Objects of a National Farm Products Agency") is the agency's cost-of- production (COP) formula and how it is used.

At this point in Council's review of the CTMA's proposed update of its COP formula for turkey, Council has given its conditional support for the implementation of the formula pending receipt of additional studies from the Agency. The review should be completed in mid 1993.

Other aspects of the Agency's operations in relation to its objects were generally satisfactory. Quota reductions were made during the year to address excessive storage stocks.

Council recognized the CTMA and other agencies are making efforts to build a common vision with other stakeholders on increasing market responsiveness and competitiveness. However more needs to be done, especially the development of action plans. For example, the CTMA should implement an enforcement program for its "promotion" agreement regarding allocations of production quota by period and by category.

### contents...

- Review of Cost-of-Production Formula
- 1992-93 Quota Allocation
- 1993-94 Quota Allocation
- Overproduction Penalties
- Levies
- Financial Performance

### Review of Cost of Production Formula

In August the Council reviewed the CTMA's proposed update of its COP formula for turkey which was based on 1991 data. On the basis of the preliminary submission and discussions with the Agency, Council gave conditional support for the implementation of the proposed formula. The support is subject to receipt of further studies on concerns identified by Council both within the original and the subsequent expansion of the scope of the review.

One positive aspect of the 1992 CTMA COP formula update is the participation for the first time of industry representatives other than producers. Another first is the acceptance by the CTMA of an efficiency factor in the formula. However, Council questions whether the removal of only 10% of producers from the survey ensures the sample represents an efficient segment of turkey production. At that level there is almost no impact on the formula — which does not help encourage the producers to become more competitive.

Turkey  
Per Capita Consumption  
(kg.)



Source: Agriculture Canada  
U.S.D.A.

### how quotas are set...

Each year the CTMA sets a preliminary national annual production target — or quota — about nine months before the beginning of the quota year which starts May 1. This allows producers time to schedule production for the beginning of the upcoming year. The year is divided into three quota periods for three weight classes of turkeys, under 5 kg (broilers), 5-8 kg (hens) over 8 kg (toms). The national quota is shared among participating provinces according to historical market shares at the time the Agency was established in 1973. Any quota allocation above the base shares (overbase quota) is made according to criteria such as comparative advantage of production etc.

Quota orders must be prior-approved by Council.

Other concerns of the Council relate chiefly to the fixed costs derived from the model farm. These account for approximately 23% of the total cost. As only two parameters had been examined — age of assets and the energy cost — Council suggested the model farm needs to be re-examined — particularly the production volume and related labor requirements.

The Agency agreed to expand its COP Committee's mandate to re-examine the model farm production volume and related labor requirement as well as other issues such as the efficiency factor, financing, return on investment and, alternative methods to more accurately determine feed and poult costs.

The Agency is expected to submit its final report to Council in mid 1993.

---

### 1992-93 Quota Allocation

Council prior-approved two Agency orders for reductions in the 1992-93 quota in recognition of near record high levels of turkey storage stocks. The first reduction of 4 million kilograms (Mkg) eviscerated weight in March 1992 was followed by another reduction of 2 Mkg in October 1992. As a result, the preliminary 1992- 93 quota was reduced to 122.1 Mkg eviscerated weight. This was made up of 117 Mkg in commercial turkey production and 5.1 Mkg for primary and multiplier breeder production. Also in October the Agency further reduced the quota by 350,000 kg to account for the overproduction in the previous year, resulting in the final 1992-93 quota of 121.8 Mkg.

### 1993-94 Quota Allocation

Council in October approved the second and final quota reduction for 1992-1993. At that time it also prior-approved the CTMA's preliminary quota for the 1993-94 commercial turkey quota at 117 Mkg. When primary and multiplier breeder allocations are added, the total quota amounts to 122.2 Mkg.

---

### Overproduction Penalties (Liquidated Damages)

Under the terms of the federal-provincial agreement, when a province produces more than its annual quota, it must reduce production in the following year by the amount of overproduction.

There is also a financial penalty of 22 cents per kg (liquidated damages) assessed against provinces to further discourage provincial overproduction. In the case of multiplier-breeder birds, the penalty is 33 cents.

Under a separate agreement ("promotion" agreement) the Agency divides the annual quota into three production periods. Each period is composed of two weight classes (under 8kg and 8kg and over). However, the quota enforcement system is based only on total annual turkey production.

While Council has no formal role in reviewing these "promotion" agreements with their penalties etc., it does consider their impact when prior-approving quotas, levies etc.

### levies...

The CTMA's administrative costs are funded by a levy collected on its behalf in each province. This levy is included in the turkey cost of production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors. The levy must be prior-approved by Council.

### Levies

In October 1992 the Council prior-approved the extension of the existing levy rate of 1.3 cents per kg (liveweight) for 1993.

Council approved CTMA's budgeted expenses for 1993 of \$2.17 million. With revenues projected at \$1.99 million, the Agency is expected to have an operating loss of \$185,000. This forecast is to reduce the Agency's equity to \$ 485,000 by year end.

### Financial Performance

The Agency's expenses in 1992 were up 1.8 % over the previous year to \$2.67 million. Income from levies were at last year's level of about \$2.17 million. As a result the Agency's operating deficit was about \$0.5 million dollars, up from \$64,000 in 1991. The substantial increase in the Agency's expenses was due mainly to increases in spending on contract projects as well as staff salaries and directors' travel.



## PROPOSAL FOR A NATIONAL MARKETING AGENCY FOR FRESH APPLES

In February, 1990, a group of apple growers, the Canadian Apple Marketing Agency Task Force, proposed that a national agency be established to administer, in cooperation with provincial marketing organizations, a marketing plan for Canadian fresh market apples. The Council conducted an inquiry into this proposal and public hearings were held in all apple producing regions of Canada (British Columbia, Ontario, Quebec, New Brunswick and Nova Scotia) during the summer of 1990. A report of the inquiry into the merits of establishing a national marketing agency was forwarded to the Minister of Agriculture in March, 1991.

The Council recommended that a national marketing agency be formed and proclaimed under section 17 of the Act subject to a separate independent confirmation of producer support. A further recommendation was that a marketing plan should be established by proclamation, only upon agreement to participate by not fewer than four

provinces producing not less than 90 percent of all fresh apples produced in Canada.

During the course of 1992, a number of dates were set for a producer vote in the five concerned provinces. However, after discussions with the Task Force, Agriculture Canada, External Affairs Canada and the Council, it was agreed the vote should be deferred until the outcome of the GATT talks on agriculture were better known. The delay also allowed the Task Force time to develop a comprehensive information package to enable growers to make an informed decision on how a national agency would affect them.

Once it was known that no definitive results would be forthcoming from the GATT negotiations before the end of 1992, a date for a grower vote was set for February 26, 1993. Supervisory boards in



## APPLES

each of the five participating provinces agreed to administer the vote on Council's behalf.

3,832 apple growers in the five participating provinces were eligible to vote. Of this total, 59.5 percent or 2,281 growers actually returned ballots to provincial supervisory boards. Slightly more than 44 percent (1,007 growers) of those returning ballots favoured the establishment of a national marketing agency with supply management authority; 52 percent (1,185 growers) were opposed. Nearly 4 percent of the total votes cast (89 ballots) were rejected or spoiled.

On a provincial basis, only British Columbia and New Brunswick favoured the establishment of an agency with 67 and 63 percent respectively of the total votes cast being in the affirmative. The

majority of growers voting in each of Ontario, Quebec, and Nova Scotia rejected the proposal. This was particularly strong in Ontario where approximately 73 percent of growers voting did not support the proposal.

On the basis of the results of the apple grower vote and pursuant to the requirement of section 7(2) of the Farm Products Agencies Act, the Council recommended to the Minister that the process toward establishing a supply management marketing agency for fresh apples be terminated. Clearly, the majority of apple growers in Canada are not in favour of moving toward a supply management system for their commodity.



## NEW: NATIONAL PROMOTION AND RESEARCH AGENCIES BILL C-54...

*Name changes, to:*

Farm Products Agencies Act  
National Farm Products  
Council

On February 25, 1993, Bill C-54 became law. Introduced to Parliament in May 1992, it amends the former Farm Products Marketing Agencies Act (FPMAA) to provide enabling legislation for the establishment of national promotion and research (P and R) agencies covering one or more farm products. This is in addition to existing provisions for national marketing agencies.

The amendments responded to requests from the agricultural sector to have legislation that would enable a national check off system to fund promotion and research activities.

Existing provisions of the Act that concern national supply management were not revised; there is an entirely new section for the distinct check-off agencies.

To reflect the expanded scope of the Act and the expanded authority of Council, the word "marketing" was deleted from the names of both: they are now the Farm Products Agencies Act and the National Farm Products Council.

Otherwise, the duties and powers of the Council are essentially unaffected by the check off amendments.

P and R agencies will be funded by check-offs (levies) paid by domestic producers and, where included in a promotion and research plan, check-offs on imports. Check-offs can be mandatory or refundable.

All farm products will be eligible for check-offs, including products regulated under the Canadian Wheat Board Act (wheat and barley in the CWB area). Check-offs can also be applied to imports

of raw and processed farm products (e.g. live steer and dressed beef) when there is an equivalent check-off on raw domestic product.

For a P and R agency that does not include levies on imports, a majority of agency members shall be primary producers. However, where imports are levied, producers and importers will together comprise a majority of agency members, and be represented in proportion to their respective shares of the domestic market subject to a minimum of one seat for producers and one seat for importers. The domestic market will be defined as the total intraprovincial, interprovincial, import and, where included for check-off purposes, export trade.



The process for establishing P and R agencies is similar to existing marketing agencies. The key requirement is that a combined majority of producers, or a combined majority of producers and importers, of the farm product(s) must be in favour.

Subject to the proclamation establishing an agency, the powers that can be granted a P and R agency are similar to those specified for marketing agencies in Section 22. There are some differences. P and R agencies will be able to conduct and sponsor research and development of a general nature, whereas marketing agencies are restricted to research into new markets. As well, two powers that can be authorized for marketing agencies will not be available to P and R agencies: the power to purchase regulated product for processing, sale, etc., and the power to designate bodies through which the product shall be marketed. Unlike a marketing plan, a promotion and research plan will not be able to provide for the fixing of quantities or prices for the regulated products, pooling of receipts or licensing systems.

Existing provisions of the Act with respect to federal-provincial delegation of authority relating to trade are available to P and R agencies.

Finally, check-offs will be used to fund promotion and research to improve the competitive position of, and expand markets for farm products. Activities that could be supported include consumer market research, new product development, advertising and promotion, consumer education, primary production research etc.

Check-offs will offer a stable base of funding, and will promote a more self-reliant agricultural sector, since P and R agencies will be commodity-based with producers as members.

Consumers will benefit from education and information programs, and the results of research, including new-value added products.

Some provinces may need to amend their legislation in order to avail themselves of this new federal initiative. The Council is working with Agriculture Canada to develop guidelines and procedures.



## COUNCIL'S ACTION PLAN FOR 1993

Council's job is to make supply management work — for all stakeholders.

That objective was reinforced with the ministerial directives of March 1992 and the changes in Council's membership (5 new members out of 8) which brought a better balance of stakeholder representation. The passage of Bill C-54, with its provision for national research and promotion agencies, adds a whole new dimension to how producers can organize and market their farm products.

To clarify its new priorities for our industry partners, Council developed a mission statement (inside front cover). The statement emphasizes that this Council is mandated to be proactive in promoting the evolution of supply management systems.

Council's Action Plan for 1993 is based on the mission statement. The goal is to focus on the process of building a

common vision among stakeholders and implementing evolutionary change.

It is clear from meetings of Council members with industry stakeholders across Canada that the consultation phase for the Poultry sector is really over. Now is the time to translate policy alternatives and broad recommendations into concrete action.

To date the initiatives have, for the most part, been in areas of little or no controversy. The pace of progress, however, needs to pick up.

Council's Action Plan outlines its priorities for working with the poultry industry's many partners to move beyond consultation and to bring about real change. Implementation of the Plan is well underway.

## COUNCIL'S ACTION PLAN

### Elements of the Action Plan

1. Identify the principles of second generation supply management.
2. Complete the work of the CEMA Review Committee in redefining the Federal-Provincial agreements and reshaping the egg industry for the future.
3. Bring stakeholders together to define the changes necessary to implement second generation supply management:
  - A. Sponsor a Workshop "Competitive Pricing in the 90's and the Role of COP Formulae" to examine pricing systems, competitiveness and the role of COP formulae.
  - B. Convene a series of seminars/workshops (possibly in concert with the Supply Management Steering Committee) to examine:
    - mechanisms to facilitate quota movement and promote comparative advantage
    - options for resolving the issue of unanimity and delegating the system
    - the feasibility and effectiveness of various dispute resolution mechanisms
    - other issues of importance identified during consultations.
4. Work with CCMA, CTMA, CBHEMA, provincial bodies and the various segments of the industry to build a common vision and develop strategies to increase market responsiveness and competitiveness, to meet the exigencies of trade policy and to position the industry for the future.
5. Organize a framework of formal and informal consultations to strengthen Council ties with PAMSA and to expand liaison with provincial bodies.
6. Define and respond to the new roles and responsibilities assigned to Council by the passage of Bill C-54.

**Éléments du plan d'action**

1. Dégager les principes de la deuxième génération de gestion des approvisionnements.
2. Achèver, avec le Comité de révision de l'OCCO, le travail qu'il a entrepris, c'est-à-dire une restructuring de l'industrie des oeufs en fonction de l'avenir.
3. Regrouper les intervenants pour déterminer les changements nécessaires à la mise en oeuvre de la deuxième génération de gestion des approvisionnements :
  - A. paratiner un atelier intitulé «L'établissement de prix compétitifs dans les années 90 et le rôle des formules de coût de production» afin d'examiner les systèmes de détermination des prix, la compétitivité et le rôle des formules de coût de production;
  - B. organiser une série de colloques ou d'ateliers (avec la participation éventuelle du Comité de direction de la gestion des approvisionnements) pour examiner :
    - les mécanismes propres à faciliter le déplacement des contingents et à promouvoir le jeu de l'avantage comparé;
    - les options permettant de résoudre la question de l'unanimité et de fonctionner sans recours au système juridique;
    - la faisabilité et l'effectivité de divers mécanismes de résolution des différends;
    - les autres questions d'importance soulevées au cours des consultations.
4. Travailler avec l'OCCP, l'OCCD, l'OCCOIPC, les organismes provinciaux et les divers segments de l'industrie à forger une vision commune et à élaborer des stratégies pour améliorer la sensibilité aux besoins du marché et la compétitivité en vue de satisfaire aux exigences de la politique commerciale et de positionner l'industrie pour l'avenir.
5. Former un cadre de consultations officielles et officielles en vue de renforcer les liens du Conseil avec l'Association des régies provinciales de commercialisation de produits agricoles (ARPCPA) et d'améliorer la liaison avec les organismes provinciaux.
6. Déterminer les nouveaux rôles et responsabilités attribués au Conseil par le projet de loi C-54 nouvellement adopté et s'y conformer.

La tâche du Conseil est de voir à ce que la gestion des approvisionnement fonctionne bien, et ce, pour tous les intervenants.

Cet objectif a été confirmé par les

directives ministérielles de mars 1992 et par les changements apportés à la

composition du Conseil (5 nouveaux membres sur 8), qui devient ainsi plus

conforme à un meilleur équilibre entre les intervenants. L'adoption du projet de loi

C-54, qui comprend de nouvelles dispositions pour l'établissement d'offices

canadiens de recherche et de promotion, apporte une perspective toute nouvelle à

la façon dont les producteurs peuvent organiser et commercialiser leurs produits

agricoles. Pour que ces partenaires du secteur

puissent mieux comprendre ses nouvelles priorités, le Conseil a élaboré un nouvel

énoncé de mission (voir l'intérieur de la

page couverture). Dans cet énoncé, on souligne que le Conseil a pour mandat de remplir un rôle proactif dans la promotion de l'évolution des systèmes de gestion des approvisionnements.

Le plan d'action du Conseil pour 1993 est fondé sur son énoncé de mission.

Notre but est de mettre l'accent sur le processus d'édification d'une vision

commune entre les intervenants et d'instaurer un mode de changement, une

évolution. De leurs rencontres avec les

intervenants du secteur partout au Canada, les membres du Conseil ont

perçu clairement que la phase de consultation dans le secteur de la volaille

est révolue. Le temps est venu de traduire les stratégies proposées et les

recommandations générales en mesures concrètes.

À ce jour, les initiatives ont porté, pour la plupart, sur des secteurs portant peu ou

pas à la controverse. Toutefois, le rythme de progression doit s'accroître.

Le plan d'action du Conseil énonce les priorités que nous entendons suivre dans

notre travail avec nos nombreux partenaires pour dépasser le stade de la

consultation et pour arriver à des changements véritables dans le secteur de

la volaille. La mise en oeuvre du plan est en bonne voie de réalisation.

part respective du marché canadien, sous réserve d'au moins un membre pour les producteurs et un membre pour les importateurs. Le marché intérieur est défini comme comprenant l'ensemble du commerce intraprovincial, interprovincial, les importations et, lorsqu'elles sont assujetties aux prélèvements, les exportations.

Le processus de création des offices de promotion et de recherche est semblable à celui qui existe pour les offices de commercialisation. La principale exigence est que la majorité des producteurs, ou la majorité de l'ensemble des producteurs et des importateurs, du ou des produits agricoles se prononcent en faveur.

Sous réserve de la proclamation établissant un office de promotion et de recherche, les pouvoirs qui peuvent lui être octroyés sont semblables à ceux qu'énonce l'article 22 pour les offices de commercialisation. Il existe toutefois certaines différences. Les offices de promotion et de recherche peuvent effectuer et parrainer des projets de recherche et de mise au point de nature générale tandis que les offices de commercialisation sont limités à la recherche de nouveaux marchés. En outre, deux pouvoirs qui peuvent être octroyés aux offices de commercialisation ne peuvent l'être aux offices de promotion et de recherche : le pouvoir d'acheter des produits réglementés à des fins comme la transformation ou la revente, et le pouvoir de désigner les organismes au moyen desquels les produits seront commercialisés. De plus, contrairement aux plans de commercialisation, les plans de promotion et de recherche ne comportent pas le pouvoir de limiter les quantités ou

d'établir les prix des produits réglementés, la mise en commun des recettes ou l'exploitation de systèmes de délivrance de permis.

Les dispositions actuelles de la Loi concernant la délégation de pouvoirs entre le fédéral et les provinces en matière de commerce s'appliquent également aux offices de promotion et de recherche.

Enfin, les prélèvements pourront servir à financer la promotion et la recherche en vue d'améliorer la compétitivité et d'agrandir les marchés pour les produits agricoles. Les activités qui pourraient être financées comprennent les études de marché auprès des consommateurs, la mise au point de nouveaux produits, la publicité et la promotion, l'éducation des consommateurs et la recherche en production primaire.

Les prélèvements constitueront une base stable de financement et aideront à promouvoir un secteur agricole autonome car les offices de promotion et de recherche seront orientés vers certaines denrées et une bonne part de leurs membres seront des producteurs.

Les consommateurs aussi retireront des avantages des programmes d'éducation et de formation ainsi que des résultats des recherches, notamment quant aux produits ayant une nouvelle valeur ajoutée.

Il est possible que certaines provinces doivent modifier leurs lois pour profiter des avantages de cette nouvelle initiative du gouvernement fédéral. Le Conseil du gouvernement fédéral, le Conseil du Canada à la mise au point de lignes directrices et de procédures.



## DU NOUVEAU : DES OFFICES DE PROMOTION ET DE RECHERCHE - PROJET DE LOI C-54...

Tous les produits agricoles sont admissibles aux prélèvements, conformément à la Loi sur la Commission canadienne du blé (le blé et l'orge dans les régions relevant de la Commission canadienne du blé). En outre, les prélèvements peuvent être appliqués aux importations de produits agricoles transformés ou non (par exemple les bouvillons vivants et le boeuf abattu) quand il existe un système équivalent de prélèvements sur les produits canadiens non transformés.

Pour un office de promotion et de recherche qui n'effectue pas de prélèvements sur les importations, la majorité des membres de l'office seront des producteurs primaires. Toutefois, lorsque les importations sont assujetties aux prélèvements, les producteurs et les importateurs forment ensemble la majorité des membres de l'office et sont représentés proportionnellement à leur

Le 25 février 1993, le projet de loi C-54 a été adopté. Présenté au Parlement en mai 1992, il visait à modifier l'ancienne Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, de façon à établir une base législative pour la création d'offices canadiens **de promotion et de recherche** (P et R) pour un ou plusieurs produits agricoles. Ces dispositions viennent s'ajouter à celles qui existent déjà pour les offices canadiens **de commercialisation**.

Ces modifications répondent à des demandes provenant du secteur agricole où l'on voulait une base législative qui permettrait, au moyen d'un système national de prélèvements, de financer des activités de promotion et de recherche. Les dispositions existantes de la Loi concernant les plans nationaux de gestion des approvisionnement n'ont pas été modifiées; la section concernant les offices de promotion et de recherche est entièrement nouvelle.

Pour mieux indiquer la portée accrue et les pouvoirs plus étendus du Conseil, les mots «de commercialisation» ont été supprimés du titre de la Loi et du nom du Conseil, qui sont désormais la «Loi sur les offices des produits agricoles» et le «Conseil national des produits agricoles». Sur les autres points, les pouvoirs et les fonctions du Conseil sont essentiellement les mêmes qu'avant les modifications relatives aux offices de promotion et de recherche.

Les offices de promotion et de recherche seront financés au moyen de prélèvements versés par les producteurs canadiens et par les importateurs qui feront partie d'un plan de promotion et de recherche. Les prélèvements peuvent être obligatoires ou remboursables.

*Changements de nom pour :*  
Loi sur les offices des  
produits agricoles  
Conseil national des  
produits agricoles



Une fois qu'on a su que l'on ne

connaîtrait pas les résultats des

négociations du GATT avant la fin de

1992, on a fixé le scrutin après des

producteurs au 26 février 1993. Dans

chacune des cinq provinces participantes,

les régions provinciales ont convenu de

tenir le scrutin au nom du Conseil.

Dans ces cinq provinces participantes,

3 832 producteurs étaient admissibles au

scrutin. De ce nombre, 59,5 %, c'est-à-

dire 2 281 producteurs, ont effectivement

retourné leur bulletin de vote à leur région

provinciale. Un peu plus de 44 % (1 007

producteurs) de ceux qui ont exercé leur

droit de vote se sont prononcés en faveur

de la création d'un office canadien de

commercialisation doté des pouvoirs de

gestion des approvisionnements; 52 %

(1 185 producteurs) y étaient opposés.

Près de 4 % de tous les bulletins de vote

reçus (89 bulletins) ont été rejetés ou

annulés.

Une ventilation provinciale révèle que

les producteurs se sont prononcés en

faveur de la création d'un office dans

deux provinces seulement, c'est-à-dire en

Colombie-Britannique, avec 67 %, et au

Nouveau-Brunswick, avec 63 % du

nombre total de votes reçus. Dans

chacune des trois autres provinces

(Ontario, Québec et Nouvelle-Écosse), la

majorité des producteurs ont rejeté la

proposition. Ce rejet a été

particulièrement marqué en Ontario où

environ 73 % des producteurs n'ont pas

soutenu la proposition.

Sur la base des résultats du scrutin tenu

auprès des producteurs et en conformité

avec le paragraphe 7(2) de la Loi sur les

offices des produits agricoles, le Conseil a

recommandé au ministre que l'on mette

fin au processus d'établissement d'un

office canadien de commercialisation

chargé de la gestion des

approvisionnements de pommes destinées

au marché du frais. Manifestement, la

majorité des producteurs canadiens de

pommes ne sont pas en faveur d'un

système de gestion des

approvisionnements pour leur denrée.



## PROPOSITION D'ÉTABLISSEMENT D'UN OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES POMMES DESTINÉES AU MARCHÉ DU FRAIS

En février 1990, un groupe de pomiculteurs, le Groupe de travail pour un office canadien de commercialisation des pommes, a proposé la création d'un office canadien pour appliquer, en coopération avec les organismes provinciaux de commercialisation, un plan de commercialisation des pommes destinées au marché canadien du frais. Le Conseil a mené une enquête relativement à cette proposition, et des audiences publiques ont eu lieu dans toutes les régions canadiennes où l'on produit des pommes (Colombie-Britannique, Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick et Nouvelle-Écosse) au cours de l'été 1990. Un rapport d'enquête sur l'a-propos de la création d'un office canadien de commercialisation a été remis au ministre de l'Agriculture en mars 1991.

Le Conseil a recommandé qu'un office canadien de commercialisation soit créé et proclamé en application de l'article 17 de la Loi, sous réserve d'une confirmation indépendante du soutien des producteurs. En outre, le Conseil a recommandé qu'un plan de commercialisation soit établi par proclamation seulement si au moins quatre provinces productrices représentant au moins 90 % de la production de pommes destinées au marché du frais au Canada y participent.

Au cours de 1992, un certain nombre de dates ont été retenues pour un scrutin auprès des producteurs dans les cinq provinces concernées. Toutefois, après discussions avec les représentants du Groupe de travail, d'Agriculture Canada, du ministère des Affaires extérieures et du Conseil, on a convenu que le scrutin devrait être reporté jusqu'à ce que les résultats des discussions du GATT en matière de produits agricoles soient mieux connus. Ce délai a aussi permis au Groupe de travail de mettre au point une trousse d'information complète destinée à aider les producteurs à prendre une décision éclairée en tenant compte des répercussions qu'aurait un office canadien sur leurs activités.



**prélèvements...**

Les frais administratifs de l'OCCD sont financés au moyen d'un prélèvement perçu en son nom par chaque province. Ce prélèvement est compris dans la formule de coût de production du dindon; cette formule sert de guide aux offices provinciaux de commercialisation pour négocier les prix à la production avec les transformateurs. Ce prélèvement doit être approuvé au préalable par le Conseil.

**Pénalités pour surproduction (dommages-intérêts)**

Conformément à l'accord fédéral-provincial, quand une province produit plus que son contingent annuel, elle doit réduire d'une quantité équivalente sa production de l'année suivante.

En outre, s'ajoute une amende de 22 cents le kilogramme (dommages-intérêts) imposée aux provinces afin d'annuler pour elles tout attrait de la surproduction. Dans le cas des sujets d'élevage multiplicateur, la pénalité est de 33 cents.

Conformément à une entente distincte (entente «de promotion»), l'OCCD répartit son contingent annuel en trois périodes de production. Chaque période comprend deux catégories de poids (moins de 8 kg et 8kg ou plus). Toutefois, le système d'exécution des contingents ne tient compte que de la production annuelle totale de dindon. Même si le Conseil n'a pas de rôle officiel dans l'examen des ententes de «promotion», qui comprennent des pénalités et d'autres aspects, il doit tenir



**Prélèvements**

En octobre 1992, le Conseil a approuvé au préalable le prolongement du taux existant de prélèvement de 1,3 cent le kilogramme (poids vif) pour 1993.

**Résultats financiers**

Les dépenses de l'OCCD en 1992 ont augmenté de 1,8 % par rapport à celles de l'exercice précédent pour atteindre 2,67 millions de dollars. Les recettes provenant des prélèvements ont atteint le même niveau que l'exercice précédent, soit environ 2,17 millions de dollars. Par conséquent, l'OCCD a subi un déficit d'exploitation de 0,5 million de dollars, comparativement à 64 000 \$ en 1991. Cet accroissement substantiel des dépenses de l'OCCD a résulté principalement d'augmentations dans les frais des projets donnés à contrat ainsi que dans les traitements pour le personnel et dans les frais de déplacement des administrateurs.

Le Conseil a approuvé pour 1993 des prévisions de dépenses s'élevant à 2,17 millions de dollars. Comme les recettes devaient atteindre 1,99 millions de dollars, on s'attend à ce que cet office déclare une perte d'exploitation de 185 000 \$. On prévoit donc que l'avoir net de cet office diminuera à 485 000 \$ à la fin de l'exercice.



**comment les contingents sont établis ...**

Chaque année, l'OCED établit un contingent national préliminaire qui sert de niveau-cible de production, c'est-à-dire de contingent, environ neuf mois avant le début de la campagne agricole visée par le contingent, c'est-à-dire le 1er mai. Ainsi, les producteurs ont le temps de préparer leur calendrier de production pour le début de la nouvelle campagne agricole. La campagne agricole est divisée en trois périodes de contingent pour les trois catégories de dindons : moins de 5 kilogrammes (dindons à griller), de 5 à 8 kilogrammes (dindes) et plus de 8 kilogrammes (dindons). Le contingent national est réparti entre les provinces participantes selon les parts du marché détenues au moment de la fondation de l'Office en 1973. Toute allocation de contingent au-dessus des parts de base (contingent en sus de la base) est effectuée conformément aux critères, tel l'avantage comparé de production.

Toutes les ordonnances de prélèvement doivent être approuvées au préalable par le Conseil.

suppression de seulement 10 % des producteurs qui ont répondu à l'enquête n'assurait pas que l'échantillon était représentatif d'un segment efficace de la production de dindon. À ce niveau, la suppression n'a pratiquement pas de répercussions sur la formule et n'encourage pas les producteurs à devenir plus compétitifs.

Certaines autres préoccupations du Conseil portaient principalement sur les **frais fixes** établis à partir de la ferme modèle. Ceux-ci représentent environ 23 % du coût total. Comme seulement deux paramètres ont été examinés, c'est-à-dire l'âge des actifs et les frais énergétiques, le Conseil a suggéré que la ferme modèle soit réexaminée, particulièrement le **volume de production et les quantités de main-d'oeuvre requises.**

L'Office a accepté d'étendre le mandat de son Comité du coût de production afin qu'il réexamine le volume de production et les quantités de main-d'oeuvre requises pour la ferme modèle, ainsi que d'autres questions comme le facteur d'efficacité, le financement, le rendement sur le capital investi et les méthodes de rechange pour déterminer plus exactement le coût des aliments et des dindonneaux.

On s'attend à ce que l'OCED présente son rapport définitif au Conseil au milieu de l'année.

**Allocation du contingent pour 1992-1993**

Le Conseil a approuvé au préalable deux ordonnances de l'OCED visant à réduire le contingent de 1992-1993 pour tenir

compte des niveaux presque records des stocks de dindon en entreposage. La première réduction, 4 millions de kilogrammes, poids éviscéré, en mars 1992, a été suivie d'une autre réduction de 2 millions de kilogrammes en octobre 1992. Ainsi, le contingent préliminaire de 1992-1993 a été réduit à 122,1 millions de kilogrammes, poids éviscéré. Ce total comprenait un contingent de 117 millions de kilogrammes pour la production de dindons commerciaux et un contingent de 5,1 millions de kilogrammes pour la production de dindons d'élevage primaire et de dindons d'élevage multiplicateur. En outre, l'OCED a réduit d'une quantité supplémentaire de 350 000 kilogrammes le contingent en octobre afin de tenir compte de la surproduction de l'année précédente, ce qui a ramené le contingent définitif de 1992-1993 à 121,8 millions de kilogrammes.

**Allocation du contingent pour 1993-1994**

Le Conseil a approuvé en octobre la réduction de la deuxième période et du contingent définitif pour 1992-1993. Il a alors aussi approuvé au préalable le contingent préliminaire de l'OCED pour 1993-1994, soit 117 millions de kilogrammes pour le dindon commercial. Lorsqu'on ajoute à cette quantité les allocations pour le dindon d'élevage primaire et le dindon d'élevage multiplicateur, le contingent total s'élève à 122,2 millions de kilogrammes.

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU DINDON (OCCD)

L'un des principaux indicateurs que peut utiliser le Conseil pour déterminer si un office de commercialisation se conforme à la mission énoncée dans la Loi (indiquée dans ce rapport sous la rubrique « Mission d'un office canadien des produits agricoles ») est la formule de coût de production de l'Office ainsi que la façon dont elle est utilisée. À ce point de l'étude entreprise par le Conseil relativement à la mise à jour proposée par l'OCCD pour sa formule de coût de production, le Conseil a accordé un soutien conditionnel à la mise en oeuvre de la formule en attendant certaines études supplémentaires que doit entreprendre cet office. L'étude devrait être achevée au milieu de 1993.

Les autres aspects des activités de l'OCCD relativement à sa mission et à ses objets ont été satisfaisants de façon générale. Des réductions de contingent ont été apportées au cours de l'exercice afin de réduire les stocks excessifs en entreposage.

Le Conseil a reconnu que l'OCCD et les autres offices font des efforts pour établir, de concert avec les autres intervenants, une vision commune en matière de sensibilité aux besoins du marché et de compétitivité. Toutefois, il faut faire plus, notamment mettre au point des plans d'action. Par exemple, l'OCCD devrait mettre en oeuvre un programme d'application pour son entente de « promotion » relativement à l'attribution de contingents de production par périodes et par catégories.

## Table des matières...

- Révision de la formule de coût de production
- Allocation du contingent pour 1992-1993
- Allocation du contingent pour 1993-1994
- Pénalités pour surproduction
- Prélèvements
- Résultats financiers

concernant les préoccupations mentionnées par le Conseil au cours de son examen initial et de l'examen ultérieur de la portée de la révision. Un aspect positif de la mise à jour de la formule de coût de production de l'OCCD en 1992 était la participation, pour la première fois, de représentants de secteurs autres que les producteurs. Pour la première fois aussi, l'OCCD acceptait un **facteur d'efficacité** dans la formule. Toutefois, le Conseil se demande si la

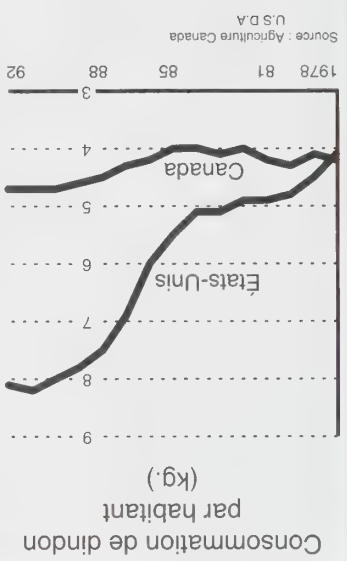
## Révision de la formule de coût de production

En août, le Conseil a examiné la mise à jour proposée par l'OCCD pour sa formule de coût de production en fonction des données de 1991. Sur la base d'une soumission préliminaire et de discussions avec l'OCCD, le Conseil a accordé un soutien conditionnel à la mise en oeuvre de la formule proposée. Ce soutien est donné sous réserve de la présentation d'études ultérieures

recettes agricoles : 213 millions de dollars

nombre de producteurs : 574

toutes les provinces sont signataires du Plan national de commercialisation du dindon, sauf l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve



a établie à 574,9 millions de kilogrammes, poids éviscéré. Ce niveau de production de poulet nécessitait un contingent de 415,1 millions d'œufs d'incubation de poulet à chair dans les provinces signataires. Cette allocation préliminaire révisée a été approuvée au préalable par le Conseil en décembre 1992.

### Prélèvements

En décembre 1991, le Conseil a approuvé au préalable un prolongement du prélevement administratif extraordinaire de 0,255 cent par œuf d'incubation de poulet à chair produit, jusqu'au 13 juin 1992. Cette augmentation temporaire a été mise en oeuvre pour rembourser au début de 1992 la dette en cours de l'OCCOIPC. En outre, le Conseil a approuvé au préalable un nouveau prélevement administratif de 0,17 cent par œuf d'incubation de poulet à chair produit, et ce, à compter du 14 juin 1992 jusqu'à la fin de l'année. En décembre 1992, l'OCCOIPC a demandé au Conseil d'approuver au préalable un prolongement du prélevement de 0,17 cent par œuf d'incubation de poulet à chair pour toute l'année 1993.

### Résultats financiers

L'OCCOIPC a commencé l'exercice 1992 avec un solde excédentaire de 78 246 \$. Les recettes de l'exercice se sont élevées à 885 013 \$ et les dépenses à 699 192 \$. Les dommages-intérêts reçus se sont élevés à 62 395 \$, ce qui a laissé un solde net de 326 462 \$ à la fin de l'exercice.

L'OCCOIPC prévoit pour 1993 des recettes de 714 000 \$ par rapport à 885 013 \$ en 1992. Cette réduction résulte de la suppression du prélevement extraordinaire en juin 1992. Cet office prévoit des dépenses totales de 709 000 \$ en 1993, ce qui laisserait à la fin de l'exercice un solde net de 331 462 \$.

### Pénalités pour surproduction (imposition de dommages-intérêts)

Lorsqu'une province dépasse 101 % de son contingent annuel, elle doit payer à l'OCCOIPC des dommages-intérêts de 17,5 cents pour chaque œuf d'incubation de poulet à chair produit en trop. Pour la campagne agricole de 1991, l'OCCOIPC a imposé des dommages-intérêts de 62 395 \$ à la province de Québec pour surproduction de son contingent.

L'Entente fédérale-provinciale (qui tient compte de la demande d'œufs d'incubation de poulet à chair aux fins de production de poulet dans chaque province. Lors de l'allocation des contingents, l'OCCOIPC doit tenir compte de la production des provinces non signataires. Tout transport interprovincial d'œufs d'incubation de poulet à chair entre une zone non signataire et une province signataire est réglementé.

Toutes les ordonnances de contingentement doivent être approuvées au préalable par le Conseil.

**Prélèvements**

Il existe deux prélèvements. Le prélevement administratif est versé par les producteurs des provinces signataires afin de financer l'administration de l'OCCOIPC. Le prélevement de commercialisation ordonnée est versé par les vendeurs d'œufs d'incubation de poulet à chair qui expédient leurs produits d'une province non signataire à une province signataire.

Toutes les ordonnances de prélèvement doivent être approuvées au préalable par le Conseil.



# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS D'INCUBATION DE POULET À CHAIR (OCCOIPC)

Le Conseil constate avec satisfaction le progrès réalisé par l'OCCOIPC relativement à l'élimination du solde déficitaire du fonds de prélèvement ainsi que les efforts exercés par cet office pour améliorer l'exactitude des prévisions de la demande du marché.

recettes agricoles :  
109 millions de dollars  
nombre de producteurs :  
289

cinq provinces sont  
signataires du Plan  
national de  
commercialisation des  
oeufs d'incubation de  
poulet à chair  
(représentant plus de 90  
% de la production  
canadienne) Québec,  
Ontario, Manitoba,  
Alberta et Colombie-  
Britannique

## comment sont établis les contingents ...

L'OCCOIPC, qui a été créé  
en 1986, établit chaque  
année un contingent  
national de production pour  
les oeufs d'incubation de  
poulet à chair en fonction  
des besoins du secteur de la  
production de poulet au  
Canada.

L'OCCOIPC établit un  
contingent préliminaire au  
début de l'année. L'allocation  
est rendue définitive à la fin  
de l'année, de sorte que  
l'OCCOIPC puisse  
déterminer les pénalités de  
surproduction (dommages-  
intérêts) pour chaque  
province.

Le contingent national est  
réparti entre les provinces  
signataires sur la base d'une  
formule (annexe B de

## Allocation du contingent de 1992

En septembre 1992, le Conseil a  
approuvé au préalable la répartition du  
contingent définitif de 1992 de  
l'OCCOIPC, fixé à 414,9 millions d'oeufs  
d'incubation de poulet à chair (pour les  
seules provinces signataires), ce qui était  
fondé sur une demande nationale de  
poulet de 569,5 millions de kilogrammes,  
poids éviscéré.

Plus tôt, en août, la Fédération  
canadienne des couvoirs (FCC) avait  
interjeté auprès du Conseil un appel  
relativement au niveau de production de  
1992, alléguant que le niveau de  
production d'oeufs d'incubation des  
poulets à chair dépassait les besoins. Le  
Conseil a décidé de ne pas entendre  
l'appel car il avait déjà approuvé au  
préalable une ordonnance de contingent  
préliminaire pour 1992. Le Conseil avait  
avisé la FCC que si l'OCCOIPC  
demandait au Conseil d'approuver au  
préalable une allocation révisée pour  
1992, la FCC aurait alors la possibilité de

contester la décision à ce moment-là.  
Entre temps, certains couvoirs et certaines  
régies provinciales, notamment celle de  
l'Ontario, ont pris des mesures pour  
réduire leur production d'oeufs  
d'incubation de poulet à chair en 1992 en  
devançant la date d'abatage des  
pondeuses.

## Allocation du contingent de 1993

En mai 1992, le Conseil a approuvé au  
préalable l'allocation préliminaire de  
1993, soit 421,4 millions d'oeufs  
d'incubation de poulet à chair (pour les  
provinces signataires), ce qui était fondé  
sur une demande estimative totale de  
poulet s'élevant à 579,3 millions de  
kilogrammes, poids éviscéré. Durant la  
dernière partie de 1992, sur les conseils  
du Comité consultatif, l'OCCP a apporté  
un rajustement à la baisse pour son  
estimation de production de poulet, qu'il

**Impositions de pénalités pour  
surproduction (dommages-  
intérêts) pour 1991**

L'Accord fédéral-provincial exige que l'OCCP impose des dommages-intérêts aux provinces qui dépassent leurs allocations respectives. Pour 1991, l'OCCP a imposé des amendes sur une base annuelle et une base périodique.

L'OCCP a imposé à cinq offices provinciaux des amendes une somme de 2,4 millions de dollars pour surproduction en 1991. Le Québec, le Manitoba, l'Alberta et la Nouvelle-Ecosse se sont conformés à la résolution de l'OCCP. L'Ontario s'est vivement opposée à sa pénalité de 1,7 million de dollars. Cette province a allégué que les «marges» étaient inéquitable, injustes et discriminatoires.

Quoique l'Accord fédéral-provincial énonce expressément que le Conseil est l'organisme qui doit résoudre les différends en matière d'imposition de dommages-intérêts, l'Office ontarien s'est adressé à la Cour fédérale pour faire redresser les préjudices allégués. On s'attend à ce que la Cour entende l'affaire au milieu de l'année 1993.

Selon la décision qui sera rendue en cette affaire, il pourrait y avoir des répercussions très importantes sur le fonctionnement et l'application de la politique de dommages-intérêts de l'OCCP, et même sur les programmes similaires des autres offices.

**Prélèvements**

Le Conseil a approuvé au préalable un prélèvement administratif de l'OCCP établi à 0,5 cent le kilogramme, poids vif.

**Résultats financiers**

Ce prélèvement est demeuré inchangé pendant trois années consécutives. Aucune augmentation n'était nécessaire à cause d'un budget équilibré et d'une réserve générale équivalente à six mois de dépenses de fonctionnement.

L'OCCP finance ses activités au moyen de deux fonds distincts : le fonds général et le fonds d'imposition de dommages-intérêts.

Au début de l'exercice 1992, le solde du fonds général de l'OCCP s'élevait à 2,5 millions de dollars. Ses recettes ont atteint 3,5 millions de dollars, et ses dépenses, 3,4 millions de dollars.

Pour 1993, l'OCCP a prévu des recettes de 3,5 millions de dollars, soit le même niveau qu'en 1992. Il a aussi établi ses dépenses à 3,5 millions de dollars pour 1993 afin de s'assurer que toutes les dépenses seront payées au moyen des recettes provenant des prélèvements.

En ce qui touche le fonds d'imposition des dommages-intérêts, l'OCCP a recueilli 0,24 million \$ de l'Ontario par suite de la surproduction de cette province en 1990. Pour la campagne agricole de 1991, l'OCCP a imposé des dommages-intérêts de 2,4 millions \$, dont il a perçu 0,5 million \$, ce qui lui laissait des comptes débiteurs de 1,8 million \$. La partie de cette somme due par l'Ontario, soit 1,7 million de dollars, fait l'objet d'un litige porté devant la Cour fédérale par la Commission ontarienne de la commercialisation du poulet.

gestion des approvisionnements pour 1992 sauf pour la quatrième période car il avait conclu que le niveau de consommation intérieure prévu par le Comité à 106,8 millions de kilogrammes, poids vif, excluant la Colombie-Britannique, était quelque peu pessimiste et il a augmenté le montant recommandé à 107,4 millions de kilogrammes.

### Contingents de 1993 ...

En octobre, l'OCCP a demandé au Conseil d'approuver au préalable son allocation annuelle préliminaire et celle de la première période, qui s'élevaient respectivement à 689,3 millions de kilogrammes (à l'exclusion de la quantité réservée à la Colombie-Britannique) et à 120,4 millions de kilogrammes, poids vif. Le Conseil a approuvé au préalable l'allocation de la première période. Toutefois, il a reporté sa décision quant à l'allocation annuelle parce que le Comité de gestion des approvisionnements n'avait pas réussi à établir un consensus sur les besoins globaux et à faire une recommandation à l'OCCP. Le Conseil a informé l'OCCP qu'il devait réexaminer son allocation annuelle et demander au Comité de gestion des approvisionnements de s'appliquer à résoudre la question des contingents nationaux plutôt que celle des parts provinciales.

croissant entre les prévisions de production de la Colombie-Britannique et le contingent de production que l'OCCP avait octroyé à cette province. (Même si la Colombie-Britannique n'est pas membre du Plan national de commercialisation du poulet, il faut tenir compte de sa production pour déterminer le contingent total nécessaire pour répondre à la demande nationale).

En février, l'OCCP a présenté pour la troisième fois son allocation préliminaire annuelle révisée et pour une deuxième fois son allocation pour la deuxième période. Le Conseil a approuvé les deux allocations. Même si les allocations aux signataires (excluant la Colombie-Britannique) demeurent au niveau initial de 694,1 millions de kilogrammes, poids vif, pour le contingent annuel et de 117,5 millions de kilogrammes, poids vif, pour la deuxième période, on avait donné des motifs à l'appui des prévisions de la production en Colombie-Britannique, dont un accroissement de 1,4 million de kilogrammes, poids vif, pour tenir compte de la croissance de la demande prévue en Colombie-Britannique.

Comme le Comité de gestion des approvisionnements ne pouvait pas convenir d'une recommandation pour la troisième période, l'OCCP a établi une allocation de 131,3 millions de kilogrammes, poids vif (compte tenu de la production prévue de la Colombie-Britannique), sur la base de l'information présentée au Comité de gestion des approvisionnements. Le Conseil a par la suite approuvé au préalable une allocation de 112,5 millions de kilogrammes, poids vif, pour la troisième période (excluant la Colombie-Britannique).



**comment les contingents sont établis ...**

À chaque automne, l'OCCP établit un contingent national préliminaire pour l'année à venir ainsi que l'allocation des contingents pour la première période. Cinq autres allocations sont effectuées au cours de l'année. Lorsque l'OCCP fixe les allocations pour la sixième période au milieu de l'été, le contingent définitif est déterminé. L'OCCP impose aux provinces des pénalités pour surproduction, s'il y a lieu, en fonction des contingents par périodes et du contingent annuel.

Le contingent national est réparti entre les provinces selon les parts de base, qui sont fondées sur les parts du marché détenues par chaque province au moment de la création de cet office en 1978. Toute allocation de contingent dépassant la base (en sus de la base) est effectuée selon les critères, notamment l'avantage comparé de production.

Le Conseil a constaté avec satisfaction qu'un certain nombre d'améliorations avaient été apportées par rapport à l'étude précédente, notamment la participation d'autres intervenants au Comité du coût de production de l'OCCP et l'introduction d'un facteur tenant compte de l'efficacité dans la production de poulet. Toutefois, le Conseil ne pouvait pas entretenir la formule proposée car l'Office n'avait pas poussé assez loin ses efforts pour rendre sa formule conforme à la mission énoncée à l'article 21 de la Loi sur les offices des produits agricoles.

La principale différence d'opinion portait sur la **rémunération de la main-d'œuvre**, plus particulièrement sur le nombre d'heures de travail et sur le taux de rémunération, par rapport à la quantité produite. Le Conseil a soutenu que les besoins en main-d'œuvre, qui sont essentiellement des estimations faites par certains membres du conseil d'administration, étaient surestimés. Les autres points de désaccord étaient la détermination du **niveau d'efficacité** et de l'**utilisation** des installations de production. En ce qui touche le **rendement sur le capital investi**, l'OCCP a consenti à continuer à utiliser, comme c'est déjà le cas, le taux préférentiel plus 2 pour cent jusqu'à ce qu'un examen approfondi de la question ait été fait. Un certain nombre de points mineurs doivent aussi être résolus.

L'OCCP a mis en oeuvre la formule contestée pour 1993 malgré l'opposition du Conseil.

**Comité de gestion des approvisionnements remodelé**

Les critiques continues à propos de la composition du Comité de gestion des

approvisionnement et de ses recommandations en matière de besoins du marché canadien du poulet ont mené à une restructuration de la représentation des intervenants au sein de ce Comité. Le Comité de gestion des approvisionnements a fait des recommandations à l'OCCP et au Conseil concernant l'allocation du contingent global et les prix.

Avec l'approbation du Conseil, le Comité a été remodelé pour une période d'essai d'un an. Le Comité comprend maintenant 8 membres avec droit de vote (4 représentants de la transformation primaire pour le côté de l'offre, ainsi que des représentants pour le côté de la demande : consommateurs, détaillants, restauration rapide et surtransformation). Il comprend aussi des membres sans droit de vote représentant les autres secteurs de l'industrie et le gouvernement. La composition et le mode de scrutin du Comité seront examinés par l'OCCP et par le Conseil à la fin de la période d'essai.

**Contingents**

**Contingents de 1992 ...**

À l'exclusion de la Colombie-Britannique, qui s'est retirée du Plan en 1989, l'estimation préliminaire des besoins de production faite par l'OCCP pour 1992 s'élevait à 667,8 millions de kilogrammes (poids vif). Toutefois, l'allocation définitive de 1992, qui consiste en la somme des six allocations par période faites durant l'exercice, a été réduite de 1,2 pour cent, c'est-à-dire à 659,9 millions de kilogrammes.

L'OCCP a entrepris toutes les recommandations de son Comité de

## OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DU POULET (OCCP)

recettes agricoles :

931 millions de dollars

nombre de producteurs :

2 526

toutes les provinces sont

signataires du Plan

national de

commercialisation du

poulet, sauf la Colombie-

Britannique

Le Conseil est préoccupé par le fait que l'OCCP a mis en oeuvre sa nouvelle version de la formule de coût de production malgré l'absence d'assentiment et les objections du Conseil.

L'examen de la formule de coût de production d'un office constitue l'un des principaux indicateurs utilisés par le Conseil pour déterminer si cet office se conforme à sa mission « de promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits réglementés » et « de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs ».

Même si l'OCCP mérite des félicitations pour l'examen approfondi de sa formule et pour la mise au point d'une ferme modèle, le Conseil croit que le progrès réalisé vers l'accomplissement de la mission énoncée pour un office national de commercialisation est insuffisant.

Le Parlement a adopté une loi concernant un processus de responsabilisation que

l'OCCP n'a pas respecté quand il a mis en oeuvre sa propre version d'une nouvelle formule de coût de production malgré les objections du Conseil. Par un tel

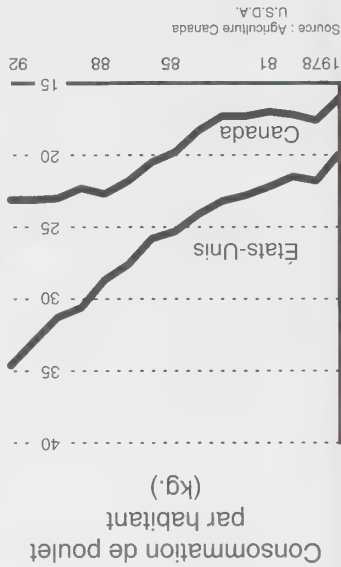
comportement, l'OCCP ne réhausse pas sa crédibilité ni celle de la gestion des approvisionnements. Le Conseil a fait part de ces développements au ministre.

Le Conseil espère que l'OCCP reprendra l'examen de la formule de coût de production qu'il a proposée car l'impasse en la matière éclipse les autres initiatives d'amélioration de la compétitivité du secteur du poulet.

Comme développement plus positif, même si la Colombie-Britannique n'est pas redevenue membre, cet office et la province ont signé une entente contractuelle en matière de contingents, de prélèvements, de pénalités et de participation aux réunions de l'Office pour 1993.

### Table des matières...

- Révision de la formule de coût de production
- Comité de gestion des approvisionnements remodelé
- Contingents de 1992 et contingents de 1993
- Imposition de pénalités pour surproduction (dommages-intérêts) pour 1991
- Prélèvements
- Résultats financiers



Source : Agriculture Canada U.S.D.A.

### Révision de la formule de coût de production

Le Conseil a examiné la proposition faite par l'OCCP, visant à modifier pour 1992 sa formule de coût de production du poulet en fonction des données de 1990. La révision précédente avait eu lieu en 1986. Le rapport n'avait pas été entériné par tous les membres du Comité du coût de production de l'OCCP.

La décision du Québec et de l'Ontario de se retirer du programme d'écoulement des excédents a soulevé une importante question d'ordre juridique. Un signataire à un accord fédéral-provincial peut-il se retirer de certaines parties de cet accord et demeurer membre du plan? Les

**Une province peut-elle se retirer d'une partie d'un accord ...**

La décision du Québec et de l'Ontario de se retirer du programme d'écoulement des excédents a soulevé une importante question d'ordre juridique. Un signataire à un accord fédéral-provincial peut-il se retirer de certaines parties de cet accord et demeurer membre du plan? Les

La société «Pineview Farms» continue à poursuivre cette décision par une nouvelle poursuite fondée sur la Charte des droits. En ce qui touche le contingent pour les Territoires du Nord-Ouest, l'OCCO propose aux Territoires du Nord-Ouest que 37 000 ponduses constitueront un contingent suffisant pour répondre à ses besoins. Si cette offre est acceptable aux Territoires du Nord-Ouest, l'OCCO recommandera aux signataires d'entériner une modification à l'Accord fédéral-provincial afin d'établir un contingent pour les Territoires du Nord-Ouest.

La société «Pineview Farms» produisait des oeufs dans les Territoires du Nord-Ouest et en vendait une certaine quantité en Alberta. L'OCCO considérait qu'il s'agissait d'un transport illégal d'oeufs d'une région non réglementée (les Territoires du Nord-Ouest) dans une région réglementée (l'Alberta). En fin de compte, les tribunaux ont confirmé la position de l'OCCO. Sur la base de ce résultat, l'OCCO a immédiatement révoqué les permis de transport interprovincial détenus par les sociétés «Pineview Farms» et «Villettard Eggs».

La Cour a décidé que l'Ontario pouvait se retirer d'une partie de l'Accord et demeurer membre à part entière de l'OCCO. Toutefois, le juge était d'opinion qu'à cause d'une considération d'ordre technique, le retrait du programme d'écoulement des excédents par l'Ontario en 1991 ne respectait pas l'Accord fédéral-provincial. Le Manitoba tente d'obtenir plus de précision sur les motifs de la décision de la Cour.

L'affaire a été entendue le 1<sup>er</sup> février 1993.

tribunaux de rendre une décision concernant les procédures de retrait de l'Accord fédéral-provincial pour la seule province de l'Ontario. Pour le Québec, la situation des diffèrentes. Cette province fonctionne sur la base d'une entente contractuelle avec l'OCCO pour l'élimination des oeufs excédentaires. L'affaire a été entendue le 1<sup>er</sup> février 1993.



**Contestation des pouvoirs du Conseil**  
**en matière de prélèvements de l'OCCO**  
 Comme on l'a indiqué l'an dernier, l'Alberta Egg Producers Board a contesté devant la Cour fédérale les pouvoirs du Conseil relativement à sa décision concernant les prélèvements de l'OCCO. Quoique l'interrogatoire préalable ait eu lieu, aucune date n'a été fixée pour la tenue du procès.

**Contestation de la constitutionnalité de l'article 23 de la Loi sur les offices des produits agricoles conformément à la Charte des droits ...**

Les sociétés «Pineview Farms» et «Villertard Eggs» ont demandé au Conseil d'instruire une plainte concernant la conduite de l'OCCO et de régler un différend concernant les négociations en vue d'un contingent pour les Territoires du Nord-Ouest. Le Conseil a refusé de tenir une enquête car la société «Pineview» avait déjà entamé des procédures judiciaires contre l'OCCO.

Il n'y a pas dans les compétences du Conseil de déterminer unilatéralement quelle serait une allocation appropriée de contingent aux Territoires du Nord-Ouest. Cette allocation nécessite que toutes les provinces souscrivent à une modification à l'Accord fédéral-provincial.

l'OCCO sont prévues pour 1993 comparativement à 7 en 1992; 2) les **frais de gestion**, aucune enquête sur les coûts de production n'est prévue pour 1993; et 3) les **salaires et avantages sociaux**, car l'effectif de l'OCCO a été réduit de 49 en 1992 à 45 en 1993.

### Questions devant les tribunaux

**Annulation de la décision du Conseil concernant le rachat des contingents ...**

Le Conseil s'est fait demander de régler un différend entre le Nouveau-Brunswick et l'OCCO. L'objet du litige était un programme lancé par l'OCCO en septembre 1991 pour ramener les provinces de l'Atlantique à leur contingent de base établi au moment de la Proclamation. Une indemnité devait être versée au taux de 17 \$ pour chacune des 106 110 pondreuses réglementées en sus de la base. Le Nouveau-Brunswick alléguait que l'Accord fédéral-provincial l'exonérerait de toute réduction des contingents et, sur cette base, a déposé une plainte auprès du Conseil. Le Conseil a entendu la plainte en mars 1992 et décidé que le Nouveau-Brunswick n'était pas exonéré du programme. Les signataires du Nouveau-Brunswick en ont appelé de la décision du Conseil après de la Cour fédérale. La Cour a décidé que le paragraphe en question exonérerait les provinces du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve et de l'Île-du-Prince-Édouard de toute réduction de contingent. Le contingent du Nouveau-Brunswick a donc été rétabli à son niveau de décembre 1991. Le Conseil n'a pas porté en appel la décision de la Cour.

Reprise des discussions sur la segmentation des prix

En août 1992, le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV) a informé l'OCOCO que plusieurs des principaux utilisateurs canadiens de produits des oeufs remettaient en question l'à-propos de continuer la fabrication de certains produits au Canada. Pour maintenir un secteur de la transformation viable, le CCTOV proposait certaines modifications à la formule de détermination des prix aux casseries afin de rendre les prix canadiens plus concurrentiels avec les prix américains. L'OCOCO a consenti à supprimer de la formule de prix le coût du transport (3 cents américains la douzaine) et à examiner la question de la suppression des droits de douane (1,8 cent canadien la douzaine) et celle des frais de distribution des oeufs excédentaires à la condition que soit formé un comité d'étude des options pour l'accroissement des recettes dans certains segments du marché, particulièrement la segmentation des prix pour diverses utilisations (hôtels, restaurants et établissements collectifs).

Le Conseil a présidé la première réunion du Comité sur la segmentation des prix en octobre 1992. Les représentants du CCTOV ont indiqué que le marché segmenté représentait seulement une petite partie du marché des oeufs de transformation et qu'il serait pratiquement impossible d'obtenir des données exactes. On s'attend à ce que d'autres réunions du Comité soient convoquées.

Résultats financiers

Les frais administratifs totaux de l'OCOCO se sont élevés à 9,5 millions de dollars en 1992. Les recettes ont atteint 8,6 millions de dollars. Les frais de publicité et de promotion ont continué à constituer le principal poste de dépenses, soit 5,2 millions de dollars ou 53,1 % des dépenses totales.

Pour 1993, l'OCOCO prévoit que ses dépenses seront de 1,5 million de dollars de plus élevées que ses recettes. Ces dernières s'établiront à 8,6 millions de dollars, et les dépenses, à 10,1 millions de dollars. Les frais de publicité et de promotion atteindront 5,2 millions de dollars, soit 51,5 % du budget total.

Malgré une perte prévue de 1,5 million de dollars en 1993, l'OCOCO pourrait néanmoins finir l'exercice avec un solde de 2,5 millions de dollars en caisse. Comme l'OCOCO prévoit des dépenses de plus de 10 millions de dollars en 1994, il a indiqué le besoin de relever le prélèvement administratif d'au moins 0,5 cent la douzaine, ce qui le porterait à 2,5 cents en 1994.

Dans le budget de 1993, on prévoit que les frais administratifs seront réduits de 0,5 million de dollars, c'est-à-dire une diminution de 4,7 % par rapport aux montants prévus en 1992. Les réductions seront effectuées dans trois postes : 1) les **frais du conseil d'administration** : six réunions du conseil d'administration de

L'approbation a été donnée sur l'hypothèse qu'une entente acceptable serait négociée par le Comité de révision des oeufs. L'accroissement dans le prélèvement était divisé également entre le fonds du prélèvement à la consommation et les producteurs. Cette augmentation représentait des recettes supplémentaires de 2 millions de dollars pour chacun des fonds à la consommation et à la production pour le reste de 1992.

Comme on l'a mentionné ailleurs, le Conseil a approuvé au préalable la demande déposée en décembre par l'OCCO, qui désirait fonder la structure de prélèvement pour 1993 sur le protocole d'entente proposé. Comme l'Ontario refusait de ratifier le protocole d'entente, l'OCCO a déposé sa propre proposition de prélèvement. Selon cette proposition, le prélèvement total d'élimination des excédents sur le marché intérieur aurait été divisé entre un prélèvement national et un prélèvement provincial. Le prélèvement national d'élimination des excédents sur le marché intérieur était conforme au taux approuvé en décembre par le Conseil. Toutefois, le prélèvement provincial aurait aussi été ajouté au prix des oeufs payé par les consommateurs. Par conséquent, le Conseil a rejeté la proposition de l'OCCO parce que les consommateurs auraient continué à assumer le financement de toutes les ventes d'oeufs de transformation sur le marché intérieur. De l'avis du Conseil, la proposition de l'OCCO ne satisfaisait pas aux préoccupations depuis longtemps exprimées par le Conseil concernant la

subvention du marché intérieur des oeufs de transformation en pleine croissance par un marché des oeufs de consommation en déclin.

Malgré le rejet par le Conseil des modifications proposées par l'OCCO, cet office a mis en oeuvre sa propre structure de prélèvements en février 1993. Par là, le prélèvement pondéré de péréquation du coût de production, désormais renommé, versé par les consommateurs était augmenté à 9,63 cents la douzaine comparativement à 8,5 cents proposés dans l'ébauche du protocole d'entente.

Au cours de 1992, le déficit cumulé du fonds des prélèvements de péréquation du coût de production (appelé «fonds industriel intérieur» pour 1993) a été réduit de 10 millions de dollars, passant de 12,5 millions de dollars à 2,5 millions de dollars. On ne s'attend pas à une réduction importante au cours de 1993.

Au cours de 1992 encore, le fonds des prélèvements à la production a été réduit d'un niveau de 1,3 millions de dollars à 0,9 million de dollars malgré un prélèvement supplémentaire de 1 cent imposé aux producteurs en juillet 1992.

Durant cette même année, les frais d'administration de l'OCCO ont dépassé ses recettes de 0,9 million de dollars, ce qui laisse dans le fonds des prélèvements administratifs un solde de 4,0 millions de dollars à la fin de 1992. Pour 1993, le prélèvement destiné à financer les activités de l'Office demeure à 2 cents la douzaine.

prélèvements ...

L'écart entre le prix versé au producteur à la station de classement et ce que rapportent les ventes sur le marché de la transformation ou sur les marchés étrangers est comblé au moyen de deux prélèvements. L'un d'eux est payé par les consommateurs; jusqu'en février 1993, on l'appelait «prélèvement de péréquation du coût de production» (ou prélevement à la consommation); depuis lors, on le désigne par «prélèvement industriel intérieur».

Un deuxième prélèvement est versé par les producteurs pour les ventes à l'exportation.

Un troisième prélèvement destiné à payer les frais d'administration de l'OCCE est aussi ajouté au prix des oeufs de consommation de catégorie «A Gros».

Les prélèvements doivent être approuvés au préalable par le Conseil.

**Contingents**

En 1992, 69,3 millions de douzaines d'oeufs ont été déclarés excédentaires comparativement à 68,2 millions de douzaines en 1991. Par conséquent, l'OCCE a demandé et reçu du Conseil l'approbation au préalable de réduire le contingent de 1993 de 2 %, c'est-à-dire à

sa position.

En résumé, à l'exception de la question du rendement sur le capital investi, l'OCCE a refusé d'apporter quelque changement aux résultats de son enquête de 1991 et, malgré les objections du Conseil, a mis en oeuvre sa nouvelle formule de coût de production au début de 1992.

Sur un seul point, celui du **taux de rendement sur le capital investi**, l'OCCE a accepté à contrecoeur la position du Conseil et a gardé inchangé le taux de rendement équivalent au taux préférentiel plus 2 %, qu'il entendait relever au taux préférentiel plus 4 %. Le Conseil a maintenu que plusieurs études comparatives des taux de rendement dans divers secteurs de l'économie appuyaient

La validité de l'enquête est douteuse. car, parmi les producteurs sélectionnés pour l'**échantillon**, 36,7 % ont refusé de répondre, ce qui est presque le double du taux de l'enquête précédente. La confiance dans les résultats de la dernière enquête est aussi ébranlée par le fait que 75 % des taux d'exactitude des déclarations se sont détériorés par rapport aux résultats de l'enquête précédente.

**Sur un seul point, celui du taux de**

**Prélèvements**

En janvier, et de nouveau en mars 1992, l'OCCE a demandé au Conseil d'approuver au préalable une augmentation supplémentaire de 2 cents la douzaine dans le prélèvement de péréquation du coût de production. Les deux fois, le Conseil a refusé d'approuver l'augmentation et il a avisé l'OCCE qu'il devait trouver une solution à plus long terme pour financer les répercussions d'un marché des oeufs de consommation en déclin et d'un marché des oeufs de transformation en croissance. Il en est résulté l'initiative de modifier l'Accord fédéral-provincial mentionné plus haut.

La troisième tentative de relèvement de 2 cents la douzaine dans le prélèvement de l'OCCE a été approuvée au préalable par le Conseil en juillet 1992.

**comment les contingents sont établis ...**

Chaque année, l'OCCO établit un contingent national pour les oeufs de consommation et pour les oeufs de transformation. Ces contingents peuvent être ajustés périodiquement.

L'opposition du Conseil au programme de rachat des contingents de l'OCCO repose sur le principe que les prélèvements à la consommation ne devraient pas servir à financer la réduction des contingents de production. Plus particulièrement, l'opposition du Conseil porte sur le financement du rachat initial de contingents au moyen des prélèvements de péréquation du coût de production auparavant retenus par le Québec.

**Révision de la formule du coût de production**

L'OCCO effectue une révision périodique de sa formule de coût de production pour les oeufs et en soumet les résultats au Conseil. Ce processus nécessite implicitement que l'OCCO tienne compte des commentaires du Conseil. Le Conseil maintient que l'Office n'a pas adéquatement tenu compte des préoccupations du Conseil concernant la révision de 1991 quand il a mis en oeuvre sa formule en 1992. Les principales inquiétudes exprimées par le Conseil sont :

Il faut élaborer une méthode plus fiable pour évaluer les **fraîs de main-d'oeuvre**. Les résultats de l'enquête laissent une place trop grande aux déclarations subjectives, particulièrement en matière de coût de la main-d'oeuvre familiale. L'accroissement par l'OCCO des **avantages sociaux** de 20 % à 23,3 % n'était pas fondé.

L'OCCO n'a pas établi le coût de production sur la base d'un **segment efficace** de la production d'oeufs.

Les ordonnances de contingents doivent être approuvées au préalable par le Conseil.

Malgré le refus du Conseil d'approuver au préalable la modification à l'ordonnance de prélèvement proposée par l'OCCO, cet office a mis en oeuvre sa proposition d'écoulement des excédents en janvier, et il a inclus le plein montant du prélèvement à la consommation (portion nationale et portion variable provinciale) dans la formule d'établissement des prix.

Le résultat en est un prélèvement à la consommation dépassant les 8,5 cents approuvés par le Conseil.



Ils sont ou bien vendus à des «casseries» aux fins de transformation au Canada ou bien sur les marchés d'exportation. Les prix versés par les casseries canadiennes sont très inférieurs à ceux que paient les consommateurs et même plus bas que ceux des ventes à l'exportation. Les stations de classement vendent souvent les oeufs de la catégorie «pee-wee» et ceux qui sont endommagés ou impropres à la consommation (fêlés, déformés, etc.; environ 5 %) directement aux entreprises de transformation.

commençaient à avoir des difficultés financières, ce qui menaçait la discipline nécessaire à une commercialisation ordonnée. Les 27 et 28 janvier 1993, l'OCCE a approuvé, pour la seule année 1993, un nouveau plan d'écoulement des excédents qu'il avait lui-même préparé. Il s'agissait d'un programme national remodelé d'écoulement des oeufs de transformation et d'un programme de rachat de contingents. Lorsque le Conseil s'est fait demander d'approuver le nouveau plan, les 15 et 16 février, il a refusé.

Selon la nouvelle proposition de l'OCCE, toutes les provinces auraient versé une contribution de 4 cents la douzaine à un fonds national d'écoulement des oeufs de consommation excédentaires : 2 cents pour le prélevement industriel intérieur (auparavant appelé «prélèvement de péréquation du coût de production») et 2 cents pour les frais d'exportation. L'Ontario et le Québec auraient contribué même si ces deux provinces avaient continué à exploiter et à financer leurs propres programmes d'écoulement des excédents sur le marché intérieur. Par la suite, l'Ontario a permis que le «plafond» de 1 cent la douzaine dans cette province consiste en une moyenne de différents taux au cours de l'année.

Les provinces de l'Atlantique seraient responsables d'éliminer les oeufs de transformation jusqu'à un maximum de 10 % des oeufs mis en marché et déclarés excédentaires l'année précédente, tandis que pour les provinces de l'Ouest cette responsabilité s'élèverait à 15 %. Pour payer cela, un prélèvement variable serait incorporé dans la formule de coût de

production utilisée pour établir le prix des oeufs de consommation. Les oeufs excédentaires dépassant certains seuils seraient financés au moyen d'un fonds national. En outre, l'OCCE a décidé qu'il n'y aurait pas d'autres réductions proportionnelles des contingents en 1993. Au lieu, il a proposé un programme de rachat de contingents et, éventuellement, un programme national d'échange de contingents.

Le Conseil a refusé d'approuver la proposition de l'OCCE, ce qui signifiait que l'ordonnance de prélèvements approuvée au préalable le 8 décembre sur la base du protocole d'entente accepté par la majorité des signataires demeurerait en vigueur.

Les motifs à l'appui du refus du Conseil sont clairs. De l'avis du Conseil, la nouvelle proposition de l'OCCE ne résout pas le problème que le marché en déclin des oeufs de consommation subventionne le marché en pleine expansion des oeufs de transformation. En réalité, la proposition constituait un recul par rapport aux progrès réalisés durant les négociations du protocole d'entente. Elle aurait maintenu le statu quo puisque les prélèvements provinciaux et nationaux aux fins d'écoulement des oeufs sur le marché intérieur auraient été incorporés dans la formule du coût de production. Le consommateur aurait continué à assumer la responsabilité du coût croissant des ventes d'oeufs aux casseries canadiennes.

## comment les oeufs sont commercialisés ...

La plupart des producteurs expédient leurs oeufs à des stations enregistrées de classement, quoique certains producteurs fassent le classement de leurs propres oeufs. Une fois les oeufs classés, le producteur est payé sur la base du prix

publié par l'OCCO, qui est fondé sur la formule de coût de production. Pour la plupart, les oeufs sont alors vendus aux chaînes d'alimentation. Les stations de classement peuvent faire entre elles le commerce des oeufs.

Les oeufs en excédent de la demande de consommation sont vendus à l'office de commercialisation des oeufs de la province concernée, qui agit alors à titre d'agent pour le compte de l'OCCO. Ces oeufs comprennent le dépassement naturel (14,8 %) ainsi que les oeufs excédentaires (3 % à 4 %).

Les motifs invoqués par l'Ontario pour rejeter la proposition étaient l'insuffisance de cette tentative, qui ne redressait pas adéquatement certains aspects inévitables du système, et l'insistance de cette province pour que son taux combiné de prélèvements ne dépasse pas 11 cents la douzaine.

Le Conseil appuyait le protocole d'entente. Il a proposé que le prélèvement national de péréquation du coût de production soit limité au dépassement naturel établi, selon la formule, à 14,8 % de la consommation d'oeufs en coquille (3 210 700 caisses d'oeufs excédentaires).

Le prélèvement de péréquation du coût de production est inclus dans le prix payé par les consommateurs. L'allocation de rachat versée par l'OCCO aux stations de classement aurait été fixée au coût de production des oeufs excédentaires plus 4 cents. La production excédentaire supérieure au dépassement naturel aurait été financée au moyen d'un système variable de prélèvements provinciaux, qui comprenait différents niveaux de responsabilité d'une province relativement à la production d'oeufs excédentaires à la demande du marché de consommation. Cette responsabilité aurait varié de 2 % à 7 % de la production des diverses provinces.

## les répercussions ...

Espérant que l'Ontario consentirait à entériner le protocole d'entente, le Conseil a approuvé au préalable, le 8 décembre, une structure de prélèvements présentée par l'OCCO, dans laquelle étaient incorporés certains éléments du protocole d'entente. Le prélèvement de péréquation du coût de production aurait été fixé à 8,5 cents la douzaine, dont 8 cents auraient servi à l'écoulement du

dépassement naturel et 0,5 cent la douzaine aurait servi à renflouer le déficit cumulé du fonds de péréquation du coût de production.

Le prélèvement approuvé au préalable avait comme conséquence d'établir, pour l'Ontario, un prélèvement pour l'écoulement de 12,1 cents la douzaine, c'est-à-dire supérieur de 1,1 cent au plafond de 11 cents fixé par l'Ontario. Privé de l'ensemble du paiement de l'Ontario et incertain à propos de la participation du Québec, l'OCCO n'a pas pu obtenir les garanties nécessaires à son financement bancaire.

Par conséquent, l'OCCO a retiré son offre de rachat des oeufs de consommation excédentaires à la demande à compter du 1er janvier 1993. Dès lors, chaque province devait assumer la responsabilité de l'écoulement de ses propres excédents et n'avait plus à remettre de prélèvements à l'OCCO à cette fin.

Les signataires du Plan national de commercialisation des oeufs doivent éventuellement négocier, pour l'écoulement des oeufs excédentaires, une solution à long terme conforme aux dispositions de l'Accord fédéral-provincial.

## Rejet par le conseil de la proposition de l'OCCO visant à remodeler son programme d'écoulement des excédents

Lorsque l'OCCO a abandonné son programme d'écoulement des excédents le 1er janvier 1993, la situation s'est aggravée du fait que certaines provinces

d'exportation. La tentative de trouver une solution à long terme avant la fin de l'année n'a pas été fructueuse. Toutefois, on s'est presque entendu pour adopter une ébauche de protocole d'entente. Le Conseil est d'avis que ce progrès et certains développements ultérieurs permettront d'être optimiste quant à la possibilité de trouver un terrain d'entente une fois que les négociations auront repris.

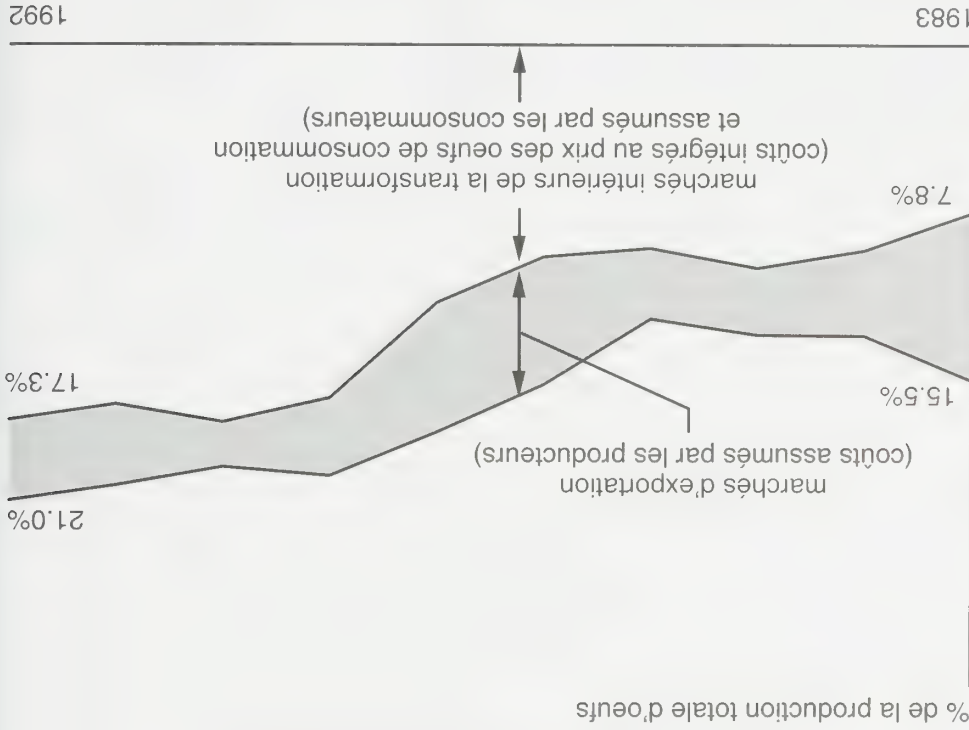
Le Comité de révision établi par le Conseil pour étudier la question était composé de signataires et de représentants

du secteur. Il a éventuellement élaboré une ébauche de protocole d'entente dans laquelle on proposait un système plus effectif de retrait des oeufs excédentaires. Ce protocole d'entente était censé entrer en vigueur le 1er janvier 1993.

Malheureusement, quand on a demandé aux signataires de ratifier le protocole d'entente avant le 4 décembre 1992, l'Ontario a refusé, et la proposition est restée lettre morte car elle n'a pas reçu l'unanimité requise. Le Québec avait convenu de signer l'entente seulement si toutes les autres provinces la signaient.

## qui paie pour les oeufs excédentaires...

### Oeufs excédentaires à la consommation



Préoccupation du Conseil : la croissance de 10 pour cent dans la vente d'oeufs excédentaires à la consommation; les consommateurs ont assumé des frais de 21,7 millions de dollars en 1992.

Source : Rapport de l'OCCE

# OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS (OCCO)

recettes agricoles : 375 millions de dollars  
nombre de producteurs : 1524  
toutes les provinces sont signataires du Plan national de commercialisation des oeufs

Le Conseil est préoccupé par le fait que, malgré ses objections, l'OCCO ait mis en oeuvre trois programmes importants que le Conseil n'avait pas entérinés. Le Conseil était d'avis que ces programmes n'étaient pas conformes à la mission d'un office national de commercialisation, ni aux orientations du Groupe de travail sur la volaille, ni aux recommandations du Comité de révision des oeufs. Ces programmes étaient :

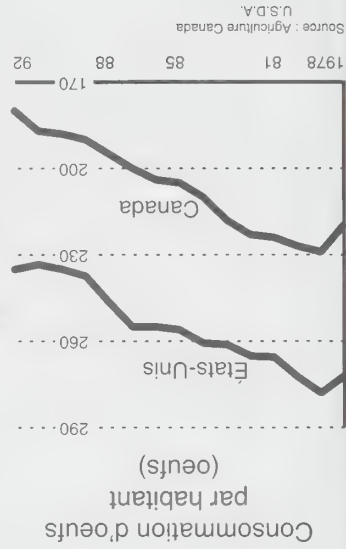
- la formule du coût de production;
- la nouvelle structure de prélèvements;
- le rachat de contingents.

Le Conseil reconnaît que l'OCCO a pu se sentir obligé de prendre certaines mesures du fait que les signataires étaient incapables de s'entendre sur une solution au problème d'écoulement des oeufs excédentaires. Néanmoins, les seuls programmes qui peuvent être mis en oeuvre sont ceux qui sont conformes à la Loi et qui respectent le processus de responsabilisation établi par le Parlement.

Le Conseil a demandé à l'OCCO de reprendre l'examen de sa formule de coût de production et de résoudre les questions soulevées par le Conseil. Les questions de la nouvelle structure de prélèvements et du programme de rachat des contingents, qui n'ont pas été entérinées par le Conseil, pourraient être étudiées dans le cadre d'une nouvelle initiative visant à modifier l'Accord fédéral-provincial de commercialisation des oeufs.

## table des matières ...

- Révision de l'Accord fédéral-provincial de commercialisation des oeufs
- Rejet par le Conseil de la proposition de l'OCCO visant à remodeler son programme de retrait des excédents
- Révision de la formule de coût de production
- Contingents
- Prélèvements
- Reprise des discussions sur la segmentation des prix
- Résultats financiers
- Questions devant les tribunaux



## Révision de l'Accord fédéral-provincial de commercialisation des oeufs

En mars 1992, les règles provinciales ont donné au Conseil le mandat de mettre au point un processus visant à résoudre les interprétations divergentes des signataires à l'Accord fédéral-provincial de commercialisation des oeufs. Le principal élément en litige était le programme de retrait des oeufs de consommation excédentaires à la demande, qui sont écoulés sur les marchés de la transformation industrielle et/ou



Aux termes de la Loi sur les offices des produits agricoles, le Conseil est tenu « de contrôler l'activité des offices afin de s'assurer qu'elle est conforme aux objets énoncés ... » et de présenter un rapport de ses constatations, recommandations, etc., au ministre de l'Agriculture du Canada qui, à son tour, en rend compte devant le Parlement.

Actuellement, quatre offices relèvent du Conseil; tous sont des offices canadiens de commercialisation : oeufs, poulet, oeufs d'incubation de poulet à chair et d'indon. Ensemble, ces offices regroupent 4 900 producteurs dont les expéditions de produits agricoles atteignent 1,628 milliard de dollars, ce qui représente environ 8,6 % de toutes les recettes agricoles canadiennes.

Dans ce rapport, le Conseil met l'accent sur les questions et les activités qui ont eu des répercussions importantes sur le rendement de chaque office et sur les intérêts des autres intervenants.

Tous les offices peuvent saisir de nombreuses occasions d'accroître l'efficacité et la compétitivité de leurs secteurs. Parallèlement, la responsabilité de contribuer d'une façon positive au processus de changement incombe aux autres intervenants, notamment aux transformateurs, aux grossistes, aux détaillants ou aux gouvernements, marchés et des autres avantages découlant des programmes nationaux de gestion des approvisionnements.

Le rôle du Conseil est de travailler avec les offices et les intervenants à promouvoir le changement. En même temps, le Conseil doit informer et conseiller le ministre de l'Agriculture en matière de performance des offices.

# MISSION D'UN OFFICE CANADIEN DES PRODUITS AGRICOLES

direction du ministre, le Conseil négocie un accord fédéral-provincial avec les signataires provinciaux. Suite à la signature de l'accord par les signataires provinciaux et par le ministre fédéral de l'Agriculture, le gouverneur en conseil établit l'office par proclamation.

Dans le passé, les signataires d'un accord fédéral-provincial établissant un office de commercialisation incluaient le ministre de l'Agriculture du Canada et les ministres de l'Agriculture des provinces, le Conseil, les régies provinciales et les offices provinciaux de commercialisation des provinces participantes.

Les signataires se rencontrent de temps à autre pour examiner le rendement d'un office, pour régler les questions qui surviennent et pour étudier les modifications à l'accord. Une structure et un processus semblables s'appliquent dans le cas des offices de promotion et de recherche.

Les offices canadiens de commercialisation sont des organismes dirigés par un conseil d'administration formé de représentants élus par les producteurs des offices provinciaux de commercialisation de chaque province participante. Certaines provinces peuvent ne pas participer à un office. Le gouvernement fédéral nomme deux membres au conseil d'administration des offices des oeufs, du poulet et des oeufs d'incubation de poulet à chair; chaque office provincial de commercialisation en nomme un. Le président de l'Office canadien de commercialisation des oeufs est nommé par le gouvernement fédéral. Les ordonnances et les règlements d'un office (notamment pour les contingents, les permis et les prélèvements) doivent recevoir l'approbation du Conseil.

Un office est un organisme de réglementation responsable d'un produit agricole particulier. Comme le Conseil, il est établi en application de la Loi sur les offices des produits agricoles (la Loi).

Il existe deux types d'offices canadiens : les offices de commercialisation et les offices de promotion et de recherche. La différence fondamentale est qu'un office de commercialisation exerce des pouvoirs de gestion des approvisionnement.

**Un office de commercialisation**

- établit et répartit les contingents;
- effectue la promotion des produits;
- perçoit des fonds au moyen de prélèvements;
- délivre des permis aux négociants; élimine les excédents (oeufs).

**Un office de promotion et de recherche**

- perçoit des fonds au moyen d'un système national de prélèvements et peut imposer des droits sur l'importation de produits transformés ou non;
- finance la recherche au niveau de la production primaire, la mise au point de nouveaux produits, la recherche en matière de nutrition, la publicité et la promotion ainsi que l'éducation des consommateurs.

Pour établir un office, un groupe de personnes intéressées doit préparer une proposition de commercialisation ou de promotion et de recherche. Le Conseil doit s'assurer qu'un nombre important de producteurs appuie la proposition. Le Conseil examine l'a-propos de l'établissement d'un office et ne peut en recommander la création à moins d'être persuadé que la majorité des producteurs du produit réglementé est en faveur.

Le Conseil fait ses recommandations au ministre et y joint les éléments d'un plan de commercialisation approprié. Sous la

**Loi sur les offices des produits agricoles**

mission d'un office ...

*Office de commercialisation*  
*article 21.*

« a) de promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits réglementés pour lesquels il est compétent, de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité;

b) de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs du ou des produits réglementés.»

*Office de promotion et de recherche*  
*article 41.*

« Un office a pour mission de favoriser l'efficacité et la compétitivité du secteur visé par les produits réglementés à l'égard desquels il peut exercer sa compétence en faisant la promotion de la production et de la commercialisation de ces produits et en encourageant la recherche liée à ces produits, et ce dans le plus grand intérêt de leurs producteurs et consommateurs ainsi que, le cas échéant, de leurs importateurs.»

## MEMBRES DU CONSEIL

Président	Cliff McIsaac, Ph.D.
Vice-président	Laurent Mercier
Membre exécutif	Glenn Flaten
Membre exécutif	Roy Miske
Membre	Peggy Smyth
Membre	Reta Moyer
Membre	John Visser

Albert Vielfaure, un membre fondateur, a pris sa retraite en avril 1993.

## PERSONNEL CADRE

Directeur exécutif	Larry Matheson
Directeur, Planification et gestion des projets	Terry Tunney
Directeur, Affaires publiques et réglementation	Carola McWade
Directeur, Opérations	Keith Wilkinson
Conseillers en denrées	Robert Botsford
	Odette Lavallée
	Dan McDonald
	Jürgen Schiffer
	Maurice Tovel

« a ) de conseiller le ministre sur les questions relatives à la création et au fonctionnement des offices prévus par la présente loi en vue de maintenir ou promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole;

b ) de contrôler l'activité des offices afin de s'assurer qu'elle est conforme aux objets énoncés à l'article 21 ou 41, selon le cas;

c ) de travailler avec les

offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation et, dans le cas d'un office de promotion et de recherche, sur le marché d'importation ainsi que des activités de promotion et de recherche à leur sujet.»

Depuis sa création par le Parlement en 1972, le Conseil a fondamentalement servi d'organisme de surveillance, ce que certains ont qualifié de «chien de garde», pour les offices canadiens de commercialisation de produits agricoles établis en application de la Loi sur les offices des produits agricoles (la Loi). Le Conseil relève du ministre de l'Agriculture du Canada.

La fonction du Conseil est de s'assurer que les offices de commercialisation respectent et utilisent les pouvoirs qui leur sont octroyés en application de la Loi

aux fins de promouvoir « l'efficacité et la compétitivité » du secteur. Les offices de commercialisation doivent tenir compte des intérêts de tous les intervenants, notamment des consommateurs, des producteurs, des transformateurs et, s'il y a lieu, des importateurs.

À ces fins, un Groupe de travail de la volaille a recommandé que l'on apporte des modifications importantes aux systèmes nationaux de gestion des approvisionnements appliqués par les offices canadiens de commercialisation. Le Conseil a pour mandat d'encourager les offices de commercialisation à travailler étroitement avec les autres intervenants du secteur à cette évolution nécessaire des systèmes.

La Loi prévoit deux types d'offices : les offices de commercialisation et un nouveau type, les offices de promotion et de recherche. Pour le moment, il existe seulement des offices de commercialisation, qui fonctionnent dans les secteurs des oeufs, du poulet et du dinde, car la loi habilitante qui prévoit

L'établissement d'offices de promotion et de recherche n'a reçu la sanction royale qu'en février 1993.

Le Conseil n'est pas un organisme de réglementation. Il surveille, examine et produit des rapports destinés au ministre de l'Agriculture du Canada concernant toutes les activités d'un office. Seuls certains aspects des activités d'un office doivent être approuvés par le Conseil. Ces aspects comprennent les ordonnances et les règlements en matière notamment de contingents, de permis et de prélèvements.

En outre, le Conseil règle les différends entre les offices et les signataires des accords fédéraux-provinciaux, en plus d'instruire les plaintes déposées par les tierces parties, notamment les transformateurs et les consommateurs.

Le Conseil peut tenir des audiences publiques concernant tout aspect des activités d'un office et doit tenir de telles audiences concernant une proposition d'établissement d'un nouvel office. Le Conseil est formé de trois à neuf membres dont, à part le président, au moins 50 % doivent être des producteurs.

Les pouvoirs du Conseil lui sont conférés par la Loi sur les offices des produits agricoles, qui lui procure le mécanisme de base (les accords fédéraux-provinciaux) pour harmoniser les pouvoirs provinciaux en matière de commerce intraprovincial avec les pouvoirs fédéraux en matière de commerce interprovincial et international.



Cliff McIsaac, Ph. D.



Le président,

Nous désirons souligner les aspects positifs du rendement des offices de commercialisation, particulièrement le dévouement de nombreuses personnes dans ces organismes. En réponse aux recommandations du Groupe de travail sur la volaille, la représentation des intervenants a été améliorée à divers degrés dans certains comités des offices. L'Office du poulet a révisé ses politiques de contingents d'appoint, a signé avec la Colombie-Britannique un contrat pour tenir compte de la production de cette province et a établi un contingent en commun de 10 millions de kg aux fins d'accroître la sensibilité aux besoins du marché. L'Office du dindon a pris les mesures nécessaires pour diminuer, au moyen d'une réduction des contingents, ses stocks excessifs. Dans le cas des oeufs, presque toute l'énergie de l'Office a été consacrée à la résolution de la crise relative au retrait des excédents, ce qui fait bien voir l'urgence de résoudre la question.

Le scrutin auprès des producteurs de pommes à la grandeur du Canada, en février 1993, n'a pas donné le soutien nécessaire à la création d'un office canadien de commercialisation des pommes. Le processus s'est déroulé sur une période de trois ans, et, tant chez les tenants que chez les adversaires du projet, on a assisté à des efforts considérables pour faire valoir son point de vue.

Le Parlement a adopté le 10 février le projet de loi C-54, par lequel il modifierait notre Loi, de façon à permettre l'établissement d'offices canadiens de promotion et de recherche pour les produits agricoles. En étroite coopération avec Agriculture Canada, nous travaillons à l'élaboration de lignes directrices et de procédures à l'intention de tels offices, dont le Conseil devrait éventuellement assumer la supervision. Les producteurs disposent maintenant d'un autre instrument valable pour la commercialisation de leurs produits.

À l'autorome, la nomination d'un quatrième et d'un cinquième nouveaux membres a souligné l'engagement de votre gouvernement à renforcer et à équilibrer la représentation des intervenants au Conseil. Depuis lors, l'un des membres-fondateurs du Conseil, M. Albert Viétfure, a pris sa retraite après 21 ans de loyaux services. Sa sagesse, son expérience et son entraînement nous manqueront.

En résumé, nous avons vécu une année intéressante. Nous demeurons optimistes devant le fait que la plupart des intervenants s'engagent plus à fond à travailler ensemble à «gérer le changement plutôt que de se laisser dépasser par les événements»! Je vous prie d'accepter, monsieur le ministre, mes salutations distinguées.

Une autre préoccupation importante a trait à l'absence de progrès dans le processus de modification des accords fédéraux-provinciaux. L'urgence d'une telle accélération est fort bien connue; les plans de commercialisation nécessitent de la souplesse pour que l'on puisse évoluer au même rythme que le marché. Les accords actuels exigent l'unanimité d'un groupe pouvant atteindre jusqu'à 35 signataires!

La tentative de résoudre, l'an dernier, la divergence dans les interprétations de l'Accord fédéral-provincial de commercialisation des oeufs a été infructueuse. Le processus a mis en évidence un problème sous-jacent, c'est-à-dire l'absence de vision commune entre les signataires des diverses régions du Canada concernant les objectifs du plan. Bon nombre d'entre eux ont de la difficulté à penser selon une perspective nationale ou de marché national. Au lieu, ils restreignent leur champ de vision aux perspectives étroites de leur propre base locale de pouvoir, où l'on tend à prôner l'autosuffisance provinciale et le soutien des revenus. Néanmoins, le Conseil est convaincu qu'il existe suffisamment de bonne volonté et de désir de succès pour entreprendre une deuxième tentative de restructuration de l'Accord fédéral-provincial. Malheureusement, de nombreux intervenants croient encore qu'il n'existe aucune urgence à apporter des modifications importantes avant la conclusion des négociations du GATT. Le marché n'exerce que peu de pression à cette fin : la demande a augmenté légèrement pour le poulet et pour les oeufs d'incubation de poulet à chair, elle a avancé de façon marginale pour les oeufs et pour le dinde, et les importations sont sous contrôle. Toutefois, les comparaisons à la demande croissante qui prévaient aux États-Unis indiquent que notre secteur de la volaille doit déterminer comment profiter d'occasions semblables de croissance au Canada, spécialement en matière d'accroissement de la valeur ajoutée et des emplois dans le secteur des produits de transformation ultérieure. Cette activité est essentielle si nous voulons devenir «plus compétitifs», c'est-à-dire reconnaître la concurrence mondiale que subit le pays, et promouvoir les intérêts de tous les intervenants.

Pour répondre aux questions à résoudre, le Conseil a mis au point un nouveau plan d'action pour 1993. Pour débiter, nous organisons un atelier public auquel participeront divers groupes d'intervenants du secteur aux fins d'examiner en juin «l'établissement de prix compétitifs dans les années 90 et le rôle des formules de coût de production». Nous avons bon espoir que cet atelier et d'autres initiatives aideront à canaliser l'attention, les discussions et l'action sur les recommandations faites par le Groupe de travail sur la volaille qui, selon les gouvernements fédéral et provinciaux, doivent faire l'objet d'un examen.

L'honorable Charles Mayer  
Ministre de l'Agriculture  
Ottawa (Ontario)

M. le ministre,

Mes collègues et moi sommes heureux de vous présenter le 21<sup>ème</sup> rapport annuel portant sur les activités du Conseil national des produits agricoles, conformément à l'article 15 de la Loi sur les offices des produits agricoles, pour l'exercice se terminant le 31 mars 1993.

Le Conseil a reçu des lignes directrices de la part de votre prédécesseur, l'honorable Bill McKnight, en mars 1992. Il nous incitait « à prendre un rôle actif dans l'orientation et la gestion du processus d'adaptation au changement et à aider le secteur à devenir plus concurrentiel, efficace et sensible aux besoins du marché ». Il nous a rappelé « de veiller à ce que la gestion des approvisionnementnements fonctionne pour tous les intervenants ». En outre, il nous a encouragés à utiliser notre position privilégiée pour promouvoir l'évolution des systèmes de gestion des approvisionnementnements auprès des offices de commercialisation de la volaille.

Le Conseil a accueilli ces défis avec enthousiasme et s'est appliqué à les relever avec vigueur. Nous apprécions votre soutien continu envers notre mission, de même qu'envers nos efforts.

À notre avis, les progrès réalisés l'an dernier pour apporter une réponse aux principales questions soulevées par le Groupe de travail sur la volaille ont été inadéquats. Même si certains intervenants ont pris des mesures positives, nous nous inquiétons néanmoins du manque de progrès suffisants chez d'autres relativement à des recommandations très importantes.

La mise à jour des formules de coût de production entreprise, comme l'exigent les accords fédéraux-provinciaux, par les offices de commercialisation du poulet, des oeufs et du dindon laissait vraiment à désirer. Lors de son examen des études à l'appui, le Conseil a relevé dans chacune d'elles des aspects inacceptables. Quoique l'Office du poulet ait fait une étude plus approfondie, ni cet office ni l'Office des oeufs n'a voulu apporter plus que des modifications mineures. Puisque les études révisées n'étaient pas conformes aux objectifs énoncés pour la gestion des offices canadiens de commercialisation, le Conseil n'a pas entériné leurs formules. Malgré les objections du Conseil, l'Office du poulet et celui des oeufs ont appliqué les recommandations de leurs études de coût de production. Dans le cas de l'Office du dindon, le Conseil a accordé un soutien conditionnel à la mise en oeuvre de la formule.



Table des matières

Rapport au ministre	3
Mission du Conseil	6
Membres du Conseil	7
Mission d'un office canadien des produits agricoles	8
Rapports sur les offices	9
Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO)	11
Office canadien de commercialisation du poulet (OCCP)	19
Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCOIPC)	25
d'incubation de poulet à chair	27
Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)	27
Proposition d'établissement d'un office canadien de commercialisation des pommes destinées au marché du frais	30
Du nouveau : des offices de promotion et de recherche	32
Plan d'action du Conseil pour 1993	34
Éléments du plan d'action du Conseil	35

## MISSION DU CONSEIL

*promouvoir et faciliter l'évolution du secteur de la volaille vers une nouvelle génération de gestion des approvisionnement caractérisée par une sensibilité marquée aux besoins du marché et vers une plus grande efficacité, de sorte que tous les intervenants puissent constater qu'ils en bénéficient équitablenent, et favoriser l'établissement d'offices de promotion et de recherche pour les produits agricoles conformément au projet de loi C-54.*

**Pour mieux connaître les activités du  
Conseil, communiquer avec :**

### **Bureaux :**

Affaires publiques et réglementation  
13<sup>e</sup> étage, immeuble Martel  
270, rue Albert  
Ottawa (Ontario)  
K1P 6L4

### **Adresse postale :**

C.P. 3430

Succursale «D»

Ottawa (Ontario)

K1P 6L4

Téléphone : (613) 995-6752

Télécopieur : (613) 995-2097

Imprimé au Canada sur papier recyclé



ISBN: 0-662-59801-6

N° de catalogue : A99-1993



CA1  
DB 35  
- A56

# Annual Report 1993 - 1994



National Farm Products Council  
Conseil national des produits agricoles



# **1993-94 ANNUAL REPORT FOR THE NATIONAL FARM PRODUCTS COUNCIL (NFPC)**

---

In 1972 the National Farm Products Marketing Council was established in accordance with the Farm Products Marketing Agencies Act (FPMAA). This act meshed the marketing powers of the provinces, which are limited to intraprovincial trade, and the federal government, which has authority over interprovincial and international trade. National marketing agencies are also created using this enabling legislation.

In 1993, the FPMAA was amended to provide for the establishment of national promotion-research agencies. In addition the name of the Act was changed to the Farm Products Agencies Act (FPAA) and the name of the Council was changed to the National Farm Products Council.

## **The National Farm Products Council (NFPC) was established to:**

- advise the Minister on all matters relating to the establishment and operations of agencies under the Act with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry;
- review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objectives set out in the FPAA.
- work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade; and
- to work with promotion-research agencies in connection with their research and promotion activities relating to farm products.

## **NFPC's mission is:**

*To ensure that national supply management works in the balanced interests of all stakeholders and to enable and support promotion-research agencies.*

## **There are four national marketing agencies established under the Farm Products Agencies Act (FPAA) namely:**

- Canadian Egg Marketing Agency
- Canadian Chicken Marketing Agency
- Canadian Turkey Marketing Agency
- Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency



**The Agencies are regulatory bodies that have been assigned authority and operational responsibility under the FPAA to:**

- implement and administer marketing plans
  - allocate quota and market share
  - levy producers
- 

## **REVIEW OF ACTIVITIES FOR 1993-94**

The National Farm Products Council focused attention on being a catalyst for change in poultry supply management system. Council believed that with the long-awaited completion of the Uruguay Round of GATT, emphasis on liaison and facilitation was key to accomplishing its mission of *"ensuring that supply management works in the balanced interests of all stakeholders"*.

In June 1993, Council sponsored a Workshop entitled *"Competitive Pricing and the Role of Cost of Production (COP) Formulae"*. Although it is difficult to assess the value of excellent dialogue, Council believes that the Workshop not only demonstrated a willingness by stakeholders to sit down together and explore solutions to on-going problems, but also resulted in the initiation of important strategic partnering initiatives among industry groups.

Council is now revising the guidelines it uses to evaluate Agency COP studies. A consulting company is working with Council in a process involving extensive consultation with stakeholder groups.

Council continued to liaise with the provincial government supervisory boards (PAMSA) and with provincial producer marketing boards to negotiate, mediate and build commitment to national systems. Council believes this helped obtain the compromise and cooperation needed to let inflexible, out-dated federal-provincial agreements work in the face of conflicting regional interests.

Because NFPC is not a regulatory organization, but rather a consultative, monitoring, advisory and adjudicative body that plays a role in the regulatory process, it must often rely on moral suasion to deal with the Agencies in executing its operational role. Council continued to act as a conscience to the Agencies -- calling them to accountability as required in their exercise of regulatory responsibilities to implement and administer marketing plans, allocate quota, market share and levy producers.

Under the Act, Council must give its prior approval to the Agencies' quota regulations and levy and pricing orders before they can be implemented. During 1993-94, Council prior-approved 24 such regulations and orders, and denied the



approval of one. Other Agency orders and regulations required for such things as licensing of producers, require the approval of Council after they are made by the Agency. Only one of this type of regulation was submitted to the Council over the year, and was approved.

The Council must also scrutinize the annual budgets of the Agencies, approve any changes to Agency by-laws concerning remuneration of Agency directors, and approve any amendments to the penalty systems which the Agencies administer.

Council has worked closely with the Task Force on Orderly Marketing, which was established to ensure that the supply managed sectors are able to take advantage of the tariff levels negotiated under the GATT in 1993. It has provided background documentation, synthesis of experience, analysis of the issues, and evaluation of options. Staff members continue to serve on the Secretariats established to support the sector advisory committees.

Council has also actively responded to its new mandate to support the establishment of promotion-research agencies for various farm products through levies or "check-offs" on domestic producers and importers. Council worked with other branches of the Department to develop and publish guidelines and procedures for such agencies and met with commodity groups across the country to discuss and explain the process.

---

**ACTUAL 1993-94 EXPENDITURES**  
**(thousands of dollars)**

	<b>Salary</b>	<b>Other Operating</b>	<b>Capital</b>	<b>Grants and Contributions</b>	<b>Total</b>
<b>N.F.P.C.</b>	1,436.7	483.8	21.6		1,942.1





CNPA	1 436,7	483,8	21,6		1 942,1
Traitement	Autres dépenses de fonctionnement	Investissements	Subventions et contributions	Total	

## DÉPENSES RÉELLES EN 1993-1994 (en milliers de dollars)

Ayant récemment reçu le mandat d'appuyer les efforts d'établissement d'offices de promotion et de recherche pour divers produits agricoles grâce à des prélèvements ou retenues imposés aux producteurs intérieurs et aux importateurs, le CNPA s'est appliqué à cette nouvelle facette de son mandat. Il a travaillé, de concert avec d'autres directions du Ministère, à l'élaboration et à la publication de lignes directrices et de procédures pour de tels offices, en plus de rencontrer divers groupes responsables de denrées à l'échelle du pays afin de

décrire et d'expliquer le processus.

Le CNPA a travaillé étroitement avec le Groupe de travail sur la commercialisation méthodique établi pour assurer que les secteurs autorisés à appliquer la gestion des approvisionnement soient en mesure de bénéficier des niveaux de tarifs négociés dans le cadre du GATT en 1993. En la matière, il a procuré aux intéressés bon nombre de documents de base, de synthèses sur l'expérience accumulée, d'analyses des questions de l'heure et d'évaluations d'options. Les membres de son personnel continuent à participer aux secrétariats établis à l'appui des comités consultatifs du secteur.

En outre, le CNPA doit examiner les budgets annuels des offices, approuver toute modification à leurs règlements de régie interne touchant la rémunération des membres de leur conseil d'administration ainsi que les changements aux régimes de sanctions appliqués par ces offices.

En application de la Loi, le CNPA doit approuver au préalable, avant leur entrée en vigueur, les règlements de contingement et les ordonnances de prélèvement et de fixation des prix adoptés par les offices. Au cours de 1993-1994, le CNPA a approuvé au préalable 24 règlements et ordonnances de ce genre et il en a rejeté un. Les offices doivent aussi faire approuver au préalable par le CNPA d'autres ordonnances et règlements qu'ils ont adoptés, notamment en ce qui concerne les permis d'exploitation octroyés aux producteurs. Un seul règlement de ce genre a été présenté au CNPA au cours de l'exercice, et il a été approuvé.



## **Les offices sont des organismes de réglementation auxquels la Loi accorde les pouvoirs et la responsabilité opérationnelle :**

- d'élaborer et de gérer des plans de commercialisation
- d'établir les contingents et de répartir les parts du marché
- d'effectuer des prélèvements auprès des producteurs.

## **REVUE DES ACTIVITÉS POUR 1993-1994**

Le Conseil national des produits agricoles a concentré son attention sur son rôle de catalyseur du changement dans le système de gestion des approvisionnementnements dans le secteur de la volaille. Durant la longue attente des résultats des négociations du GATT connues sous le nom de Ronde de l'Uruguay, le CNPA était convaincu qu'il était crucial de mettre l'accent sur la liaison et la médiation pour remplir sa mission « d'assurer un bon équilibre entre les intérêts de tous les intervenants du régime national de gestion des approvisionnementnements ».

En juin 1993, le CNPA a parrainé un atelier intitulé « L'établissement de prix compétitifs dans les années 90 et le rôle des formules de coût de production ». En dépit de la difficulté d'évaluer cet excellent dialogue, le CNPA croit que l'atelier a non seulement montré la bonne volonté des intervenants qui sont prêts à se réunir et à chercher ensemble des solutions aux problèmes existants mais qu'il a aussi été à la source d'importantes initiatives stratégiques de partenariat lancées par les groupes de l'industrie.

Le CNPA révisé actuellement les lignes directrices qu'il utilise pour l'évaluation des études de coût de production. Une société d'experts-conseils travaille de concert avec le CNPA à un processus qui fait largement appel à la consultation avec les groupes d'intervenants.

Le CNPA est resté en liaison avec les régies provinciales (l'ARPCPA) et avec les offices provinciaux de commercialisation, qui sont formés de producteurs, en vue de négocier, d'arbitrer et d'obtenir un ferme engagement envers les systèmes nationaux. Le CNPA croit pouvoir ainsi aider à conclure un compromis et à susciter la coopération nécessaires pour faire fonctionner des accords fédéraux-provinciaux rigides et périmés dans un contexte d'intérêts régionaux divergents.

Comme le CNPA est un organisme non pas de réglementation mais plutôt de consultation, de surveillance, de prestation de conseils et d'adjudication, qui assume un rôle dans le processus de réglementation, il doit souvent compter sur la persuasion morale dans ses rapports avec les offices. Dans son rôle opérationnel auprès des offices, le CNPA a continué à leur tenir lieu de conscience en leur rappelant au besoin leur responsabilité à titre d'organisme de réglementation dans les processus de mise en oeuvre et de gestion des plans de commercialisation, d'allocation des contingents, de répartition des parts du marché et de détermination des prélèvements imposés aux producteurs.



# RAPPORT ANNUEL DU CONSEIL NATIONAL DES PRODUITS AGRICOLES (CNPA) POUR 1993-1994

Le Conseil national de commercialisation des produits agricoles a été établi en 1972 en application de la Loi sur les offices de commercialisation de produits de ferme (la LOCPF). Cette loi harmonisait les pouvoirs de commercialisation des provinces, qui sont restreints au commerce intraprovincial, à ceux du gouvernement fédéral, qui englobent le commerce interprovincial et international. En outre, les offices de commercialisation étaient établis en application de cette loi habilitante.

En 1993, la LOCPF a été modifiée pour permettre l'établissement d'offices de promotion et de recherche. À cette occasion, on a aussi changé le titre de cette loi pour «Loi sur les offices des produits agricoles» (la Loi), de même que le nom du Conseil fut changé pour le "Conseil national des produits agricoles".

## Le Conseil national des produits agricoles (le CNPA) a été établi aux fins :

- de conseiller le ministre sur toute question concernant l'établissement et le fonctionnement des offices prévus par la présente Loi en vue de maintenir ou de promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole;
- de contrôler l'activité des offices afin de s'assurer qu'elle est conforme aux objets énoncés dans la Loi;
- de travailler avec les offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial et d'exportation;
- de travailler avec les offices de promotion et de recherche dans le cadre de leurs activités de promotion et de recherche relatives aux produits agricoles.

## Le CNPA a pour mission :

*d'assurer un bon équilibre entre les intérêts de tous les intervenants du régime national de gestion des approvisionnements, ainsi que d'habilitier et d'appuyer les offices de promotion et de recherche.*

**Il existe quatre offices de commercialisation établis en application de la Loi sur les offices des produits agricoles, notamment :**

- l'Office canadien de commercialisation des oeufs
- l'Office canadien de commercialisation du poulet
- l'Office canadien de commercialisation du dindon
- l'Office canadien de commercialisation des oeufs de poulets à chair.



**Rapport Annuel  
1993 - 1994**

**National Farm Products Council  
Conseil national des produits agricoles**



CAI  
DB 35  
-A 56

# National Farm Products Council



## Annual Review 1994-1995



National Farm Products  
Council

Conseil national des  
produits agricoles

Canada



# Table of Contents

Letter to the Minister	3
The National Farm Products Council	5
Membership of the Council	7
Farm Products Agencies	8
Challenges and Opportunities	9
Editorial	11
Task Force on Orderly Marketing	12
Reports on Agencies:	
Canadian Egg Marketing Agency	15
Canadian Chicken Marketing Agency	23
Canadian Turkey Marketing Agency	31
Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency	35
Promotion-Research Agencies	39
Cost of Production Guidelines	40





June 1995

The Honourable Ralph Goodale  
Minister of Agriculture  
and Agri-Food Canada  
Ottawa, Ontario

Dear Mr. Goodale:

My colleagues and I are pleased to transmit to you the Annual Review of the activities of the National Farm Products Council (NFPC) for the year ended March 31, 1995.

The federal provincial Ministers' Task Force got underway early in 1994. This body was to advise on changes necessary to address the issues facing sustainable orderly marketing following the conclusion of the Uruguay round. The use of import controls under G.A.T.T. Article XI continued throughout 1994.

The Task Force held extensive consultations with stakeholders and spent a good deal of time dealing with all aspects of agency operations, some of which were not directly related to its mandate. The resultant discussions however, allowed for the effective involvement and input of stakeholders.

Prior to the establishment of the Task Force, the chicken industry was committed to a major overhaul of its allocation policies. By mid 1994 the national chicken agency had developed a draft agreement which would involve primary processors in the determination of provincial supply. Such a move represents a dramatic change from the past. This new approach was still in the development stage at year-end. Council worked closely with the industry in their endeavour to chart new ground. The new system, in spite of opposition from some participants, has demonstrated that the Canadian chicken market clearly had the potential for greater growth than had been realized in the past.

During 1995, the Council and its provincial counterparts will be working toward the implementation of the recommendations adopted by federal and provincial ministers last December, relating to poultry. This will include steps to add the Northwest Territories as members of the egg, turkey and chicken agencies.

On behalf of Council, I thank you for your strong support in the past year and we look forward to a productive 1995.

Yours sincerely,



Dr. Cliff McIsaac  
Chairman



# National Farm Products Council

**The National Farm Products Marketing Council** (NFPMC) was established in 1972 under the Farm Products Marketing Agencies Act (FPMAA). The FPMAA meshed the marketing powers of the provinces, which are limited to intraprovincial trade, and the federal government, which has authority over interprovincial and international trade. National marketing agencies were also created under this enabling legislation. In 1993 the FPMAA was amended to provide for the establishment of national promotion-research agencies. In addition, the name of the Act was changed to the Farm Products Agencies Act (FPAA) and the name of the Council was changed to the National Farm Products Council.

The National Farm Products Council (NFPC) was established to:

advise the Minister on all matters relating to the establishment and operations of agencies under the Act with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry;

review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objectives set out in the FPAA;

work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade; and

to work with promotion-research agencies in connection with their research and promotion activities relating to farm products.

NFPC's mission is:

**To ensure that national supply management works in the balanced interests of all stakeholders and to enable and support promotion-research agencies**

The Council is not a regulatory body. It monitors, reviews and reports to the Federal Minister of Agriculture and Agri-Food on all operations of an agency. Council must approve orders and regulations made by the Agencies.

- ☐ Council held thirteen meetings in 1994-95.

The Council also adjudicates disputes between the agencies and signatories to the federal-provincial agreements and hears complaints from third parties such as processors and consumers.

- ☐ Council held one hearing in 1994-95. The Quebec, Nova Scotia and Newfoundland Chicken Marketing Boards appealed a decision made by the Canadian Chicken Marketing Agency on the third period 1994 quota allocations. Council ruled for the Agency.

Council may hold public hearings on any aspect of agency operations and must hold a public hearing on a proposal to establish a new agency. In conducting such hearings, the Council's powers are equivalent to a Commissioner appointed under Part I of the Inquiries Act.

- ☐ No public hearings were held in 1994-95.

The Council is made up of between three to nine members, of which at least 50% must be producers, not including the chairman. Members are appointed by the Governor in Council. There are presently seven members, three of whom are full time appointments - Chairman, Vice-Chairman and Executive member.

During the past year Council was involved with the work of the Federal-Provincial Task Force on Orderly Marketing, chaired by Lyle Vanclief, M.P. Ad hoc committees were established by the Task Force, for eggs, chicken, turkey and broiler hatching eggs. Council staff were assigned to each of the committees to provide analysis, technical support and assist the Secretariat to the Task Force in writing the various reports to ministers.

Council also assisted in the organizing and financing of a conference on the theme of "Supply Management in Transition Towards the 21st Century". The conference took place at the Macdonald Campus of McGill University from June 28 to 30, 1994.

The purpose of the conference was to examine the major issues surrounding supply management and to produce a comprehensive reference to improve the knowledge and understanding of these systems and where they are going. The proceedings of the conference are available, and later in 1995, a reference book will be published.

## Membership of the Council

Chairman	Cliff McIsaac
Vice-Chairman	Laurent Mercier
Executive Member	Roy Miske
Member	Peggy Smyth
Member	John Vissers
Member	Reta Moyer
Member	Linda Boxall*

\* Linda Boxall was appointed as a member of Council on July 30, 1994.

\*\* Executive Member Glenn Flaten retired from Council on July 1, 1994.

## Senior Staff

Executive Director	Larry Matheson
Director, Operations	Keith Wilkinson
Director, Regulatory & Public Affairs	Carola McWade
Director, Planning & Project Management	Terry Tunney
Commodity Advisers	Robert Botsford Jurgen Schiffer Maurice Tovel Dan McDonald

# Farm Products Agencies

**The Farm Products Agencies Act** provides for the establishment of both marketing (supply management) agencies and promotion research agencies.

## A Marketing Agency:

- ☐ establishes and allocates quota
- ☐ promotes products
- ☐ raises funds through levies
- ☐ licenses marketers
- ☐ removes surpluses (eggs)

Four national marketing agencies have been established under the Farm Products Agencies Act (FPAA). They are :

- ☐ Canadian Egg Marketing Agency
- ☐ Canadian Chicken Marketing Agency
- ☐ Canadian Turkey Marketing Agency
- ☐ Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency.

The national marketing agencies are regulatory bodies. They have been assigned authority and operational responsibility under the FPAA to:

- ☐ implement and administer marketing plans
- ☐ allocate quota and market share
- ☐ generate revenue through levies

## A Promotion and Research Agency

- ☐ raises funds through a national check off system and may levy imports of raw and processed products
- ☐ funds primary production research, new product development, nutrition research, advertising and promotion, consumer education

No promotion research agencies have yet been established.

# Challenges and Opportunities

**The supply managed poultry system** involving cooperation between the federal and provincial governments, the agencies and the marketing boards, and federally provided border control was created in 1972. It has enabled approximately 5,000 poultry and egg producers to enjoy farm incomes that are substantially higher on average than those received by producers in other lines of agricultural specialization. In terms of net worth and net income, the Canadian poultry industry is strong.

Its ability to compete in a more open market, to meet the challenges of greater competition, as well as the opportunities that go with it, needs to be further developed. There is no question that the more market-responsive and competitive the Canadian poultry sector becomes, the easier will be the inevitable transition to a world with declining border protection.

Canada's unique orderly marketing systems are still alive and well. Signs of changing attitudes are becoming apparent. Many now recognize that the systems can no longer operate in isolation from both the domestic and global trends affecting agriculture and other industries. Throughout 1994 producers, processors and other stakeholders dealt with the reality of the demise of GATT and Article XI, and the introduction of their successors, the World Trade Organization and tariff protection for supply managed commodities.

The objectives of national agencies have been clearly spelled out from the beginning: "to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry" and "to have due regard to the interests of producers and consumers", (Section 21 of the Farm Products Agencies Act). Over the years these objects have been diluted by such non-legislative aims as regional development, enhanced income protection, and provincial economic interests. Such an evolution is not necessarily wrong or unusual. Examples abound of other policies and programs which have evolved in a manner often not envisaged by the original legislators.

All of which is to say that there is a real opportunity in the next five or six years to focus on basic objectives to build industries that will survive. The accompanying challenge is the will to work co-operatively to make it happen, since no province is bound any longer to remain at the national table as was the case under Article XI. This assumes fair trade practices will apply in the short term as well as the long term.

The chicken industry has become the leader of change by signalling its willingness to adapt and to be a continuing strong component of Canadian agriculture and agri-food. A new approach to allocating production quota resulted in a 14% increase in production and a 10% increase in consumption. Primary processors now play a major role in determining requirements. Over estimation of demand in the fall of 1994 adversely affected the bottom-line for the processing sector. Greater discipline and more experience, now evident in early 1995, should stabilize the overall industry. Consumers, retailers, and food service have been the beneficiaries of the new approach.

The turkey industry has developed structures to involve other stakeholders and plans to review necessary policies to improve their competitive position. This agency also acknowledges the need to become more responsive to the changing market place.

Pressures on chicken producers to cut costs have drawn attention to the differential between Canadian and U.S. prices for hatching eggs. The broiler hatching egg sector has completed a study on efficiency. More can be done to improve their competitiveness. Both hatcheries and producers need to improve their working relationships.

In the egg industry where the national agency itself is directly involved in buying and selling eggs, the opportunity exists as never before to work with retailers, graders and processors to really address the future potential of the market for eggs and egg products. Time will tell if C.E.M.A.'s energies can be redirected to the future after so many years of wrestling with the past.

More flexibility, and less rigidity, while often talked about, now becomes imperative. This will only come with greater trust among all the players throughout the chain. Council's role in this respect will continue to be one of facilitation, of working to assist agencies in the implementation of proposed changes to the various agreements, and of assisting in every way possible the evolution of more market oriented systems.

## Editorial – by Dr. Gerald I. Trant

**Dr. Trant** *has been involved in the agri-food industry for many years and has extensive knowledge of Canada's supply managed systems for poultry and eggs. Dr. Trant served as Senior Assistant Deputy Minister of Agriculture in the federal government from 1976 to 1986. His career with Agriculture and Agri-Food Canada began as Assistant Deputy Minister of Economics from 1972 to 1976. Dr. Trant retired in 1992 as Executive Director of the United Nations World Food Council. Council invited Dr. Trant to write down some of his observations on supply management in the 1990's.*

The application of supply management to chicken, turkey and eggs increased and stabilized the incomes of producers of these commodities. Inter-provincial conflicts have been reduced. There is a profitable poultry production industry in all provinces. There are some 5000 individual production units. While there is some vertical integration in each commodity the degree of it is limited, unlike the situation in the USA where it is the dominant form of organization (in the poultry industry).

Supply management in poultry has received continuing support from provincial and federal governments. The marketing agencies were established under federal legislation and the marketing boards under provincial legislation. The Federal Provincial Agreements which set out the way the national markets and other cooperative relationships will be shared are good examples of federal-provincial collaboration.

In a competitive market individual producers usually attempt to increase their incomes by producing and selling more. In a supply-managed market the opportunity to increase income by producing more is limited by the size of a producers quota. Being part of an expanding market or purchasing more quota are the only ways to produce and sell more. It is not surprising that until 1994 the four agencies had directed most of their efforts toward price maintenance through various combinations of cost of production formulas and formula pricing. The results were producer prices and costs that were higher than elsewhere. Of course the growth opportunities for each part of the poultry industry vary considerably. Chicken has excellent prospects for growth, so does turkey although to a lesser degree. Table eggs however, face a more difficult market with few signs of growth in demand in sight as a result of the adverse publicity linking eggs and cholesterol, and salmonella as well.

The three agencies have recently reacted to market realities in almost text book fashion. CCMA has responded to growing markets with increased production and lower prices. CTMA has showed signs of being more willing to meet market requirements. CEMA, facing a static or declining market for table eggs, has sought to increase the administrative and cost of production equalization levies that are paid by consumers and to reduce the levies paid by producers. CEMA's response to perceived market realities will be difficult to sustain in the face of significant tariff reductions.

Each of the supply managed poultry agencies had as its objectives a strong, competitive, and efficient production and marketing industry having due regard for the interests of producers and consumers. These objectives or mission statements still provide sound advice and direction for the agencies.

Canadian poultry and egg producers are privileged to share in protected domestic markets for their products. A privilege however, is not a right. A privilege always carries with it special responsibilities. In the case of the agencies for the supply managed commodities these responsibilities include the development of industries that are both efficient and competitive. Unless industries can be both efficient and competitive they will not be strong nor yet able to have due regard for interests of both producers and consumers.

# Federal Provincial Task Force on Orderly Marketing

**Following the GATT agreement** reached in December of 1993, federal and provincial ministers established a Task Force on supply management renewal. On January 10, 1994, ministers gave the Task Force the mandate to identify the key issues in supply management that had to be dealt with, the processes required to deal with them and a timetable for decision and implementation before the GATT was to be implemented in July 1995. Chaired by Mr. Lyle Vanciel, Parliamentary Secretary to the federal Minister of Agriculture and Agri-Food, the Task Force established ad hoc committees for each of the poultry industries, as well as dairy, to carry out its mandate. Council staff served on the Secretariat of each of the ad hoc committees.

## Ad Hoc Review Committee on Eggs (SAGE)

The Ad Hoc Committee on Eggs (referred to as the "SAGE" or Sectoral Advisory Group - Eggs), comprised representation from the CEMA, allied industry such as graders and processors, hatcheries, the foodservice industry, grocery distributors and provincial governments.

The SAGE met on a number of occasions throughout 1994 and came to an agreement in December on a proposal to restructure the CEMA's surplus removal program and its associated levies.

The key achievement for the committee was getting unanimous agreement that a cap will be placed on the consumer levy ( COPE fund) responsibility for the next 5 years. This responsibility will be limited to a maximum volume equal to the 1994 domestic industrial product sales of approximately 4.3 million boxes, or 10 cents per dozen levy on all production, whichever is less. Provincial levies however, remain open-ended. The proposal also sets the administration levy at 2.5 cents per dozen and the producer levy at 1 cent per dozen. Of a total 13.5 cents per dozen, the pricing formula would recover 12.5 cents.

Another of the Committee's recommendations was to develop and implement an industrial product sales program which would be consistent with the new GATT agreement. The Agency worked with Agriculture Canada trade officials and adjusted its existing programs to create a price discrimination and pooling system which is compatible with international commitments. The new system was implemented on January 1, 1995.

Finally, federal, provincial and territorial agriculture Ministers met on December 19, 1994 and directed that a process be established for renewing the Federal Provincial Agreement and the Egg Marketing Plan, based on the principles of the framework agreement submitted by the Ad Hoc Review Committee. The Council will be assuming the lead role in ensuring that a process is implemented to achieve this.

## Ad Hoc Review Committee on Chicken

The Ad Hoc Committee on Chicken included representatives of the CCMA, the processing and further processing sectors, wholesalers/distributors, foodservice and provincial governments.

The work of this Committee focused on operational and program issues, the structure of the Agency and ways and means of amending the Agency's Proclamation and Federal Provincial Agreement to provide for greater market responsiveness and sustainability. The Committee concentrated heavily on the Agency's efforts to revise its quota allocation system.

Concurrent with the Committee's deliberations, the Agency was working toward developing its National Pricing and Allocation Agreement. Producer members of the Committee believed that the evolution of a new allocation system was the sole responsibility of the Agency and therefore rejected efforts by other stakeholder members to change either the parameters of the Agreement or the process underway to attain it.

Progress in resolving other issues, e.g. structure and use of cost of production formulae, and the composition of the Agency's board of directors, was limited. In the end, members simply agreed to disagree.

A number of recommendations were made in the Task Force's final report to Ministers in December 1994, the most important of which was that the new allocation system be given an opportunity to work. Ministers directed the Agency to pursue the need for introducing additional safeguards and discipline to the allocation system. The Agency did so and reported back to Ministers in February 1995.

In response to other recommendations, the Agency is in the process of assessing the need for a Market Outlook Panel which would provide for downstream users to supply and review market information on a regular basis throughout the year. As well, the requirement for developing an export policy has been referred to the Agency's trade committee for further consideration.

## **Ad Hoc Review Committee on Turkey (TAHRC)**

The Turkey Ad Hoc Committee included representatives of the CTMA, primary and further processors, the foodservice industry, grocery distributors and provincial governments. The committee worked from April through June 1994 with the objective to guide the development of a renewed Federal Provincial Agreement to facilitate improved market growth. The industry widely believed that organizational structures required change with the development of a workable, market responsive quota allocation system and implementation of legislative changes.

The TAHRC submitted a report to Ministers in June outlining broad, general principles to be used in renewing the Federal Provincial Agreement. As well, confirmation was sought for a revised quota allocation policy, adopted by the Agency in April, to be used until May 1, 1996. The Committee did not meet again following the June meeting of Ministers.

Early in 1994, the CTMA and the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) created the Canadian Turkey Federation (CTF), that being a joint advisory organization with regional representation. Discussion of issues which had gone on within the TAHRC in the first half of 1994 was largely confined to the Federation during the second half. On January 31, 1995 an Agreement on Organizational Changes and the Allocation System was reached between the CTMA and CPEPC, facilitated through the CTF.

The two parties agreed to add two non-producer members to the Agency's board of directors; a primary processor and a further processor, both appointed by the CPEPC. The Council is currently working with the Agency to develop and process the necessary documentation to amend

the Agency's Proclamation to implement the above. As well, the Agency's Turkey Industry Advisory Committee will be restructured to more appropriately involve the downstream industry sectors and to provide more direct input into determining supply requirements.

The second major area of agreement is related to quota allocation policy. The current allocation methodology will now be utilized until the end of the 1996/97 control period, i.e. to May 1, 1997. In the interim, the CTMA will be undertaking a complete review of the quota allocation methodology. In effect, the current methodology continues the use of an updated provincial base plus Overbase I volumes, but allocations in excess of this will be on the basis of provincial market size and comparative advantage. Weighting of these criteria are 65% and 35% respectively.

## **Ad Hoc Review Committee on Broiler Hatching Eggs**

The Ad Hoc Committee on Broiler Hatching Eggs comprised representatives of the CBHEMA, the Canadian Hatchery Federation, and provincial and federal governments.

Three fundamental issues were of foremost importance: the blend of domestic production and imports in each province, the allocation methodology, and assurance that the allocation commitments would be honoured. The resolution of the latter was prerequisite to resolving the first two issues.

The committee concluded in its final report to ministers, that before any meaningful changes could be made at the national level, more progress was necessary provincially, in developing acceptable arrangements between hatcheries and producers.

## **Ad Hoc Committee on Dispute Settlement Mechanism**

Ministers had agreed at their July 1994 meeting, that a committee of federal and provincial government officials should meet to discuss options towards the creation of a binding dispute settlement mechanism.

This committee held two meetings, but concluded that although a means of resolving disputes within the system should continue to be explored, priority should be given to the development and approval of a framework for amending the federal provincial agreements governing each of the agencies.

# Canadian Egg Marketing Agency (CEMA)



**The Canadian Egg Marketing Agency** was established in 1972 to "promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry", and to have due regard for the interests of both producers and consumers of eggs.

## **Industry Profile (1994)**

Number of Producers  
*1,435*

Volume of Production  
*410,268,100 dozen*

Gross Farm Gate Receipts  
*\$461,000,000 (estimated)*

Value of Retail Product  
*\$672,000,000 (estimated)*



# The Year in Review

## Current Issues and Concerns:

**The most contentious and ongoing issue** between the Council and CEMA for the past decade, and indeed amongst many provincial signatories has been the financing of the growing industrial product market and its relation to a stagnant or declining fresh shell egg market. It is hoped that the agreement reached during the Ad Hoc Committee's deliberations will finally resolve this issue. Council supports the Ad Hoc Review Committee on Eggs' (SAGE) proposal for the restructuring of the surplus removal program despite the fact that it results in the consumer levy assuming an increased financial responsibility for the growing domestic processed egg market.

The entire responsibility for financing the growth of the processing sector has been an issue which numerous committees and task forces have studied with varying degrees of success. Acceptance of an agreement has been hindered by the lack of unanimous accord amongst signatories despite coming close to resolving this issue on more than one occasion.

A process will be established, by the Council, to begin the revision of the Federal Provincial Agreement (FPA) and the Marketing Plan based on the proposal put forward by the SAGE with respect to levies and the operation of the surplus removal program.

Amendments to the Proclamation will be required to reflect the proposed expansion of the Agency's board of directors from 12 members to 15 members to include both upstream, ( supply) and downstream, ( demand) stakeholder representation. Amendments are also necessary to allow for the inclusion in the Plan, of the Northwest Territories by the allocation of a basic production quota.

The proposal adopted by the Ad Hoc Review Committee, while guaranteeing maintenance of the status quo, does little to encourage greater market responsiveness and efficiency. Resolving this conflict will permit the egg industry to build on its strengths so that it will be in an excellent position to meet the future challenges of a more competitive global market.

As the structure of the Agency's Board was one issue under review by the Task Force, the Governor in Council did not fill the vacancy of Agency chairman during 1994. The issue of whether the position of chairman should be filled by a Governor In Council appointment or by election by the Agency members, remains unresolved.

## Closed Meetings of the CEMA Board of Directors

In the fall of 1994, CEMA announced a new policy that all meetings of the board of directors would be held in a closed or in-camera forum with the exception of its annual meeting and its summer (away-from-Ottawa) meeting.

The Council advised the CEMA that business must be conducted in an open and transparent manner and that signatories (or their representatives) had demanded the right to be present during the agency's decision making process.

Through discussion and consultation with the Council and the provincial supervisory boards, the Agency directors revisited this policy and agreed that each provincial supervisory board could send a representative to the CEMA Board of Directors' meeting.

## Consultative Committee

Early in 1994, CEMA postponed future meetings of its Consultative Committee until after the Task Force on Orderly Marketing had presented its final report to Ministers. The Agency maintained that Task Force meetings would largely duplicate the efforts of the Consultative Committee.

In March, 1995, the CEMA directors declared the Consultative Committee redundant, a result of the Ad Hoc Committee's proposal to expand representation on the Board of Directors. The CEMA Executive Committee was, however, mandated to explore alternative means to ensure continued stakeholder consultation.

## Agency Operations

### Levies

In October 1994, CEMA requested Council's prior approval of a one year extension of the levies order at the current level of 13.5 cents per dozen. The total amount of the levy remained unchanged but the proposed responsibility for the payment of the levies changed significantly. The total recoverable levies through the pricing formula were fixed at 10.5 cents per dozen in 1994; 8.5 cents per dozen of COPE levy and a 2.0 cent per dozen CEMA administrative levy. Producers were responsible for a 3.0 cent per dozen non-recoverable levy. The CEMA's 1995 proposal was to recover 12.5 cents of levy through the pricing formula; 10 cents per dozen of which was to be a COPE levy and 2.5 cents for CEMA's administrative levy. Producers would be responsible for 1.0 cent per dozen of non-recoverable levy.

In December 1994, Council agreed that it would accept the Ad Hoc Review Committee's proposal for the financial re-structuring of the industrial product removal program, if approved by ministers. However, while Council approved the 10 cent per dozen COPE levy and the 1 cent per dozen producer levy for the removal of eggs surplus to table requirements, it declined to approve the 2.5 cent administration levy. The Agency's levies order was set aside.

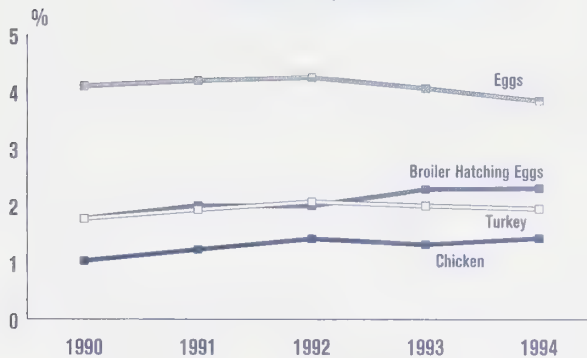
Council has a legislated responsibility to consider agency orders and regulations and must be satisfied that any particular order is necessary for the implementation/administration of the Agency's marketing plan. The Council could not accept the Ad Hoc Committee's proposal for a fully recoverable national CEMA administrative levy of 2.5 cents per dozen guaranteed for each of the next five years.

The marketing plan of the agency's annual budget provides the rationale for setting the administration levy. While CEMA's budget did identify general areas of program expenditure(s), few specifics were provided with definitive indication of how monies were to be allocated.

Discussions with the Agency continued throughout December, but the issue was not resolved. The CEMA's levies order expired on December 26, 1994.

## Administrative Levies

As a Percentage of Weighted Producer Price



Provinces proceeded to implement the proposed Ad Hoc Review Committee levy structure on the strength of provincial levy regulations and continued to remit levies to the CEMA on product marketed in intraprovincial trade.

A revised marketing plan was approved by the Agency in February, 1995 and submitted to Council. Following extensive discussions between the Council, some provincial boards and the CEMA's Executive Committee in April, 1995, an acceptable solution to the levy impasse is imminent.

## Egg Imports vs Egg Exports

As a Percentage of Production



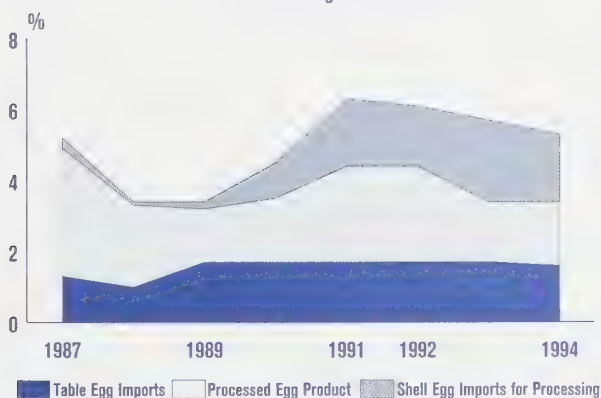
## Quota Allocation

Fresh table egg consumption decreased by 0.6% in 1994. As a result, 74.9 million dozens of eggs or nearly 17% of total table egg production was diverted to industrial use as compared to 67.3 million dozen in 1993. Consequently, the CEMA did not require a quota increase for 1995.

In October 1994, CEMA requested Council's prior-approval of a one year extension of the quota order at the current level of quota. This was approved.

## Egg Imports

As a Percentage of Production



The national quota exchange program was implemented in early 1994 to enable quota to move across the country as required, by allowing producers to buy and sell quota with the CEMA acting as the trading desk. The first exchange under the program occurred in May, 1994. Producers sold 29,246 units of quota at a market clearing price of \$37 per unit of quota (bird). The second exchange, held in early 1995, resulted in the sale of 42,179 units of quota at a market clearing price of \$46 per unit.

Council supports the Agency in this initiative as the program may assist in redistributing quota to regions where the demand for table eggs is greater thereby reducing costs associated with industrial product removal.

## Financial Performance

The COPE fund deficit increased by \$2.6 million during 1994 to end the year with a deficit of \$4.2 million. The increased deficit resulted from increased levels of sales to domestic processors as well as lower than anticipated revenues from levies, as a result of Quebec's limited contribution to the surplus removal program. The producer fund also decreased by \$4.2 million leaving the fund with a deficit balance of \$800,000.

Total administrative revenues were \$11.1 million while expenses were \$8.7 million. This resulted in a \$2.4 million increase in the administrative cash reserves, leaving the administrative fund with a positive balance of \$5.4 million at year end. Advertising and promotion continued to be the largest component of the budget at \$3.8 million or 43.7% of total expenses.

The proposed 1995 administrative levy to finance the Agency operations was set at 2.5 cents per dozen. The proposed 1995 administrative levy will generate revenues of \$10.5 million. Expenses are projected at \$10.3 million. Advertising and promotional expenses are projected to be \$5.3 million or 51.5% of the total budget.

In January 1995, CEMA undertook to balance its accounts according to the agreement reached by the Ad Hoc Review Committee. Once the \$5.4 million balance in the administrative fund is utilized to balance the accumulated \$5.0 million deficit in the Pooled Industrial Fund (combined COPE and producer fund) the Agency is left with a \$.4 million opening balance for operating capital in 1995.

**TABLE 1 (1)**

<i>Item</i>	<i>Who Pays</i>	<i>Amount In 1994 Cents Per Dozen</i>	<i>CEMA Proposal Cents Per Dozen</i>	<i>Task Force Proposal Cents Per Dozen</i>
1. Producer Production Cost*	Table Egg Consumer	98	98	98
2. Cost of Production Equalization Levy	Table Egg Consumer	8½	10	</10
3. CEMA Administration Levy	Table Egg Consumer	2	2½**	2½**
4. Compensation for Payment of Provincial Marketing Board Levies	Table Egg Consumer	2	2	2
5. Conversion to Grade A Large Levy		7½	7½	7½
6. Producer Levy	Table Egg Producer	3.0	1.0	</1.0
7. Total of COPE + CEMA Admin Levy + Producer Levy		13½	13½	</13½
8. CEMA Purchase Price 1+2+3+4+5		118	120.0	120.0

\* Calculated by a formula that includes the cost of pullet, feed, labour, depreciation plant and administrative overhead and interest costs and producer returns.

\*\* CEMA's admin. levy proposal set aside by NFP Council.

(1) See accompanying notes

## *(Explanatory Notes to Table I)*

### **Pricing**

The formula pricing mechanism used to establish prices of eggs in Canada is a complex one, made more so by the fact the Agency purchases eggs surplus to table demand and disposes of them. This pricing mechanism is used to support the price of all eggs marketed, whether sold as table eggs (commanding the highest market price) or as eggs for processing (which are priced much lower).

Examples of CEMA's formula pricing are set out in Table 1. The first column shows CEMA's average formula pricing for 1994, the next column shows CEMA's October 1994 proposed levy structure to the Council and the last column depicts the levy structure agreed to over the next five years by the Ad Hoc Review Committee.

The formula price of a dozen Grade A large eggs is derived as follows. The average cost of production is estimated using a cost of production formula which is updated as required. To this number is added a Cost of Production Equalization (COPE) levy - sometimes referred to as a consumer levy. This levy is incorporated in the formula price and is paid for by Canadian table egg consumers. It compensates producers for the lower price they would otherwise receive from the processing market.

In effect, the table market cross subsidizes the lower priced processing market. CEMA purchases all eggs surplus to the table market at full COP plus a portion of grading costs (provinces make up the difference) and sells these eggs into the domestic processing market. This system allows processors to buy surplus eggs of table quality at a price equivalent to the U.S. landed price for nest-run breaking stock. It is important to recognize that with the continued growth in the proportion of eggs used for processing, the levy that consumers have to pay is greater, albeit this has been capped at ten cents per dozen for the next five years.

There are, in fact, two more levies that are included in the pricing formula. One of these is the CEMA administration levy which pays for the cost of CEMA's operations including its advertising program. The other is a levy which compensates producers for the costs of operating their provincial marketing boards.

In addition to the above levies, on every dozen Grade A eggs sold on the table market is a charge for conversion to Grade A large of all other grades and sizes of eggs produced. This conversion charge is also included in the price. The rationale for the conversion charge is that producers should receive their production costs and a reasonable return on all eggs produced regardless of size or grade.

Finally, there is one more item included in the levy structure, i.e. a producer levy which historically has been used to finance export sales (product surplus to the aggregate domestic market). This is a non-recoverable levy in the sense that it is paid by reducing producer returns per dozen rather than by being added to the price paid by consumers. In 1994, a total producer levy of 3 cents per dozen was used as follows: 1.5 cents to assist in the removal of table eggs surplus to the domestic breaker market, 1 cent to remove surplus product in the export market, and .5 cents to assist in defraying CEMA's administrative costs and in particular its advertising and promotion program.

# Canadian Chicken Marketing Agency (CCMA)



**The Canadian Chicken Marketing Agency** was established in 1979 to "promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry and to have due regard for the interests of both producers and consumers".

## **Industry Profile (1994)**

Number of Producers  
*2,742*

Production Volume  
*685.1 Mkg (evisc. weight)*

Gross Farm Gate Receipts  
*\$996.4 million (1993)*

Value of Processed Product \$1.52 billion  
(1993 approx.)

Consumer Product Value  
*\$2.55 billion (1993 approx.)*



# The Year in Review

## New Allocation System

At the outset of 1994, the CCMA began the process of revising its method of allocating production quota, resulting in the most dramatic change experienced in its 16 year history. The formula driven process utilized had been constantly criticized by provinces declaring that their allocations were insufficient to accommodate a growing market. The principle of the somewhat rigid market system resulted in British Columbia's withdrawal from the national plan in 1989. Over the past decade, Ontario had limited success in obtaining additional quota. They were unable to deal with increasing incentive premiums to producers and the resultant producer/processor "lock-in" program, which were driven by processor declared product shortages for identified markets.

It was not until the quantitative import controls which existed under Article XI were replaced by comprehensive tariffication that Ontario was given the opportunity to influence the Agency to adopt a more market responsive system. The new system simply requires the producer boards, in conjunction with primary processors, to determine their respective provincial requirements. Consequently, the resultant national allocation becomes the aggregate of the individual industry provincial requirements.

Council believed that producers and primary processors were best equipped, given their investment and risk in the system, to lead the industry in developing this new approach of quota allocation. Therefore, Council closely followed and encouraged the continuation of the process by the industry.

Ontario's notice of withdrawal from the Agency in late December 1993 resulted in a crucial decision by the directors on the future of the Agency. Ontario's notice persuaded the Agency members to combine the 1994, third and fourth periods (extended third period), and allocate quota on a "market requirement basis". The Ontario Board withdrew its notice of withdrawal on February 18, 1994.

Disillusioned by the new allocation system, the Quebec, Nova Scotia, and Newfoundland marketing boards filed a complaint with Council respecting the extended third period allocation. Council, after hearing the complaint on April 19th and reviewing all evidence, ruled in favour of the Agency and subsequently prior-approved the third period allocation on April 29, 1994.

The Agency had also retained the firm of Price Waterhouse to develop an allocation system based on a market requirement allocation process. Its report was presented to the directors in May 1994. Ontario proposed 13 conditions before it would agree to any new methodology. Ontario's position prompted the development of a framework for a new National Allocation and Pricing Agreement.

## Memorandum of Understanding Developed

A Memorandum of Understanding (MOU) to permit the immediate implementation of the new allocation system was circulated to provinces. The MOU specifies the elements agreed to, in principle, to take effect on an interim basis until the required amendments are made to the

Proclamation, Federal-Provincial Agreement (FPA) and Provincial Marketing Plans. The Agency's objective was to have all provinces sign the MOU in December for implementation on January 1, 1995. This, however, did not happen as the Quebec, Newfoundland and Nova Scotia Boards maintained their position that the MOU required additional safeguards to ensure a level of stability and certainty.

The MOU contains all of the elements accepted by the Agency directors. These include the duration of the agreement; determination of provincial market requirements; posting of financial commitments by processors to support stated market requirements; provincial pricing agreements; the new 1995 allocation base incorporating an 8 percent growth cap; under and overproduction penalties and the requirement to address the federal policies affecting the cost of feed that restrain Newfoundland's ability to compete.

A major element of the MOU is the disciplinary component or Liquidated Damages Assessment Resolution (LDA). As the MOU had not been signed, the Agency functioned without a national enforcement system commencing with the start of the 1994, extended third period. Although Council recognized that 1994 could be considered a year of development and transition, it often expressed its concern, stressing the importance of discipline in the system. The absence of discipline is evident when comparing the periodic quota allocations with the actual related production in 1994. Early in 1995, the Agency resolved to implement an overproduction penalty system commencing with the start of the 1995, third period.

An additional provision in the MOU relates to Council's role in the event of a complaint by a provincial commodity board. The Agreement outlines procedures and time frames directing Council actions upon receiving a notice of complaint pursuant to Clause 1(f) of the new Agreement. Council is supportive of the Agency's efforts in developing the Agreement and will make its "best effort" to conform to the time frames, but pointed out that, as it is not a party to the agreement, it is not legally bound to adhere to the processes and timetables contained in the MOU. Furthermore, Council reiterated that any party affected by the operations of an agency may ask Council to conduct an inquiry pursuant to section 7(1)(f) of the Farm Products Agencies Act.

## Other Developments

The 1994 chicken production at 685.1 Mkg was 13.8% over 1993. Consumption increased by approximately 9.7% providing further evidence that the potential for growth existed in the industry.

British Columbia, which withdrew from the national Agency in 1989, indicated that it wished to rejoin. A producer poll conducted in the latter half of September 1994, indicated that 89.3% of producers favoured rejoining the CCMA. The British Columbia government has stated its full support to rejoin the Agency once the existing FPA has been amended to reflect the principles contained in the MOU. A British Columbia representative currently sits at the Agency's directors table without voting privileges.

Producer and processor prices and in some instances operating margins declined in all provinces during 1994 in response to the change in allocation methodology and increased production levels. Generally, the established Ontario price continues to be used by other provinces as one benchmark in their price determination process.

## Current Issues and Concerns

In this rapidly changing environment it is incumbent upon the members of the CCMA to ensure that a workable allocation system is implemented and the terms and conditions are adhered to by all provinces. Therefore, the MOU implementing the new allocation system must be signed by all members by mid-summer. However, this may prove difficult due to continuing concerns by some provinces. When the revised MOU is agreed to, Council will work closely with the Agency and its signatories to develop the necessary amendments to the FPA.

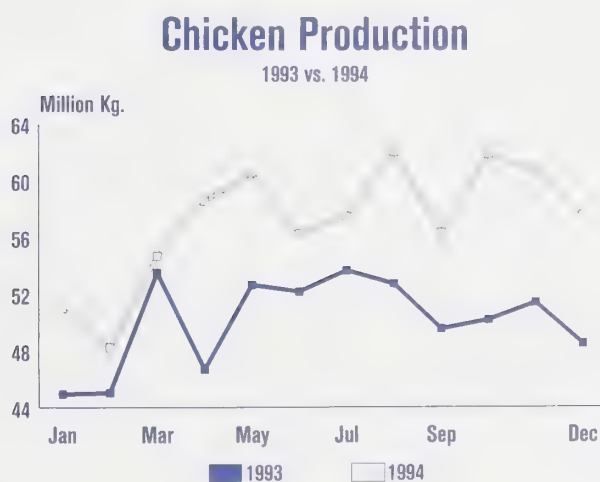
To maintain the credibility of an orderly marketing system, meaningful and enforceable disciplines must be implemented to prevent future negative consequences to the producer and processor sectors. The 1994, periodic production patterns bear witness to the necessity of both an over and underproduction penalty system. Although the directors have signed a contract agreeing to an overproduction penalty for only the 1995, third and fourth periods, Council strongly believes that future contracts must encompass a minimum period of at least 1 year.

## Agency Operations

### Supply Management Committee (SMC)

The new approach to determine production requirements rendered the traditional function of the SMC redundant. The committee's final meeting was in December 1993 to determine the 1994, third period requirements. Although narrowly accepted by the directors, the recommendation was never used given the introduction of the new allocation system.

Commencing with the extended 1994, 3rd period, the Agency altered its method of determining and allocating quota. The conventional method involving the SMC and use of the criteria contained in the FPA was replaced with a more provincial market driven concept. The national production level determined by the "ground up approach", as the new system is commonly referred to, is the aggregate of provincial processor market requirements at acceptable producer prices.

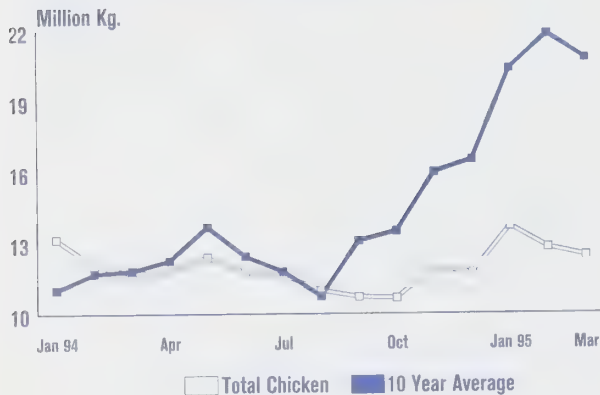


### Quota Allocation – 1994

The establishment of a revised periodic production system presented a number of difficulties throughout 1994, a year of major transition. At best, provincial demands appear to have been made on a trial and error basis which certainly challenged the validity of the new allocation system. However, to the Agency's credit it met the challenge and continued on with the process.

## Chicken Storage Stocks

Jan 94 - Mar 95

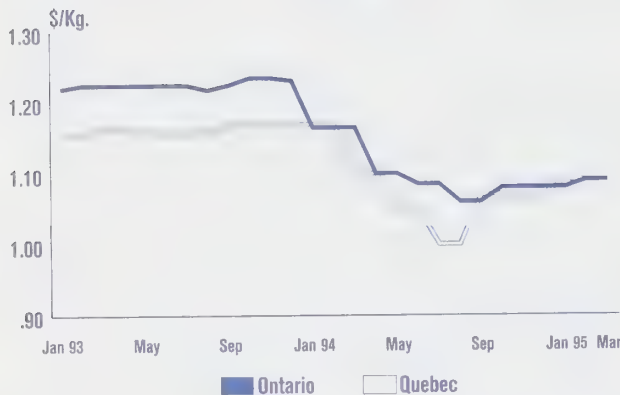


Although the Agency's quota regulations are expressed in terms of liveweight, and do not include quota to British Columbia, the allocation figures used in this report are expressed in eviscerated weight and do include British Columbia.

The Council on January 4th, 1994, held a special meeting to consider the 1994, 1st and 2nd period allocations. Council previously deferred consideration of the quota orders because the Agency failed to implement a liquidated damages assessment (LDA) system. Once Council was assured that all provinces signed the LDA, the 1st and 2nd period allocations of 103.3 Mkg and 112.2 Mkg respectively were prior-approved.

## Chicken Producer Prices: Broilers

Ontario and Quebec  
Jan 93 - Mar 95



The establishment of the extended 3rd period (May 8 to August 27) of 233.6 Mkg ended the Agency's use of the criteria set out in the FPA in favour of setting provincial production levels based on each provinces' industry requirements. This allocation represents an approximate 21% increase over the 1993 production, the largest increase ever set by the CCMA.

Before Council could consider the quota order for prior-approval, a joint notice of complaint was received from Quebec, Newfoundland and Nova Scotia relative to the CCMA's allocation. The three boards cited that the Agency's decision did not reflect the requirements of the FPA or the Proclamation, was contrary to its own administrative by-laws as well as the supply management system. Council held its hearing on April 19th and concluded that the appellants' complaint against the CCMA could not be supported. Council subsequently prior-approved the allocation on April 29th although some concern was raised as to whether such a large production increase was realistic. However, it was the view of Council that the availability of chicks and production capacity could be limiting factors.

At its June meeting, Council considered the 5th period allocation (August 28 to October 29) of 124.0 Mkg. Council declined to approve the allocation because it was apparent at that time that the allocation for extended 3rd period would not be produced. In fact all indicators pointed to quota utilization of less than 95% of allocation. Since the method to determine the 5th period was the same as the extended 3rd, Council was not satisfied that the resultant requirements were truly representative of national needs. Therefore, Council requested that CCMA reassess its 5th period requirements to make certain that the necessary accuracy and confidence existed in the use of the "bottom-up" approach and to ensure double-counting of markets was not a factor.

The Agency undertook this review, and after considering current market conditions, concluded that no significant changes were necessary. The directors also agreed that periods 5 and 6 should be combined, given their similar demand characteristics. Council prior-approved a combined allocation of 238.7 Mkg on August 18th (representing a 15.8% increase over last year's production) in order to allow the system to progress, but conveyed serious concern that the proposed increase may not be realistic.

Total production in 1994 was 685.1 Mkg, an increase of 13.8% over 1993. This large increase had a significant impact on industry returns where producer prices fell as much as 9% while processor prices for whole birds dropped below \$2.00 per kilogram. Storage stock levels rose from 11 Mkg on January 1, 1994 to 20.4 Mkg one year later, with the majority of the build up occurring in the last quarter. Imports of 52.1 Mkg were close to 1993 levels, but exports increased from 1.4 Mkg to 12.5 Mkg as a result of the excessive supply of chicken.

The new system also challenged a number of industry sectors, particularly retailers and food service, to step up marketing efforts to increase consumption. Consequently, quarterly consumptions, compared to 1993 levels, increased by 4.4%, 12.9%, 7.8% and 13.3% respectively, resulting in an annual growth of 9.7%. The "bottom up" approach proved to be very beneficial to the consumer.

## Quota Allocation – 1995

In October 1994, the Agency established the 1995 Period 1 allocation, (January 1 - March 4) at 124.3 Mkg or 16.9% over the corresponding period in 1994. Before Council could consider the 1st period, the Ontario industry, in an attempt to avoid further deterioration in the market, reduced its requirements by approximately 1.9 Mkg eviscerated weight. As a result of Ontario's action, all provinces were again canvassed to re-evaluate their original demands. However, only Ontario altered its production requirements. Council, on November 28th, prior-approved the 1st period allocation of 122.4 Mkg representing approximately a 15.0% increase over 1994 production.

The Agency initially set the 2nd period allocation in December 1994. However, the apparent excessive supply of chicken prompted Alberta, Saskatchewan, Ontario and Quebec to reduce their original demands by a combined total of 3.9 Mkg. Consequently, Council on February 7, 1995, prior-approved the 2nd period allocation of 119.5 Mkg, representing a 1.2% increase over 1994.

On February 1, 1995, the Agency set the 3rd period allocation at 123.5 Mkg. However, recognizing record high storage stocks and reduced producer/processor margins all provinces reassessed their original positions. As a result, later that month the four western provinces and New Brunswick collectively reduced their demands by approximately .8 Mkg.

Council in March, deferred its decision regarding the prior-approval of the 3rd period allocation pending further information from the Agency that all provincial commodity boards agreed to the implementation of the liquidated damages assessment (LDA) system. All provinces signed a contract for overproduction and subsequently Council prior-approved a 3rd period allocation of 122.7 Mkg representing a 1.7% increase over 1994.

## Levies

The Agency may apply levies on either the production or marketing of chicken in the regulated area. The levy rate must be sufficient to recover its annual budgeted administrative and marketing expenses. The Agency may also create reserves and assume any other expenses necessary for the implementation of the marketing plan. The Agency's total levy (federal and provincial) represents approximately 1.4% of the average 1994 producer price.

The Agency began the year with a levy rate of .40 cents per kilogram live weight. In the latter part of 1994, the Agency requested Council's prior-approval of an extension to its current rate. A few months later the Agency requested Council's prior-approval for a 32.5% levy reduction. The revised levy of .27 cents, became effective March 5, 1995. In early summer the directors will finalize the 1995 budget.

## Financial Performance

The Agency's statement of operations is separated into two funds, the General Fund and the Liquidated Damages Assessment (LDA) Fund. At the beginning of 1994, the balance of funds in the General Fund was \$3.3 million. Total 1994 revenues of \$3.8 million were offset by \$4.8 million in expenditures, for a loss of \$1.0 million reducing the year end balance of funds to \$2.3 million.

The preliminary 1995 budget indicates revenues of \$2.9 million, a decline of \$0.9 million from the previous year. The Agency is forecasting total expenses of \$2.8 million or \$1.7 million less than 1994.

The Agency began 1994 with a LDA balance of funds of \$1.0 million. During the year it collected total revenues of \$252,000 and incurred expenses of \$94,000, resulting in a year end balance of funds of \$1.2 million. For 1995, the Agency is forecasting a year end balance of funds of approximately \$.8 million after total revenues of \$52,000 and expenditures of \$0.4 million for a Consumer Research and Nutrient File study.

# Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)



**The Canadian Turkey Marketing Agency** was established in 1973 to "promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry and to have due regard for the interests of both producers and consumers".

## **Industry Profile (1994)**

Number of Producers  
567

Production Volume  
133,600,000 kg  
(eviscerated weight)

Gross Farm Gate Receipts  
\$193,000,000 (approx.)

Value of Processed Product  
\$303,000,000 (approx.)

# The Year in Review

Despite a record increase in chicken supply and disappearance at very competitive prices, turkey consumption in 1994 increased 2.3% over the previous year contributing to reduced year-end storage stocks of 3.6 Mkg or 26%. However, consumption in the first four months of 1995 declined 4% reversing last year's downward trend in stock levels.

Canada's per capita consumption of 4.78 kg in 1994, ranked third in the world, lagging well behind the United States at 8.21 kg and France at 5.62 kg. In fact, during the last decade, Canada's rate of growth of per capita consumption has remained relatively unchanged while those of the USA and France have increased significantly.

The increasing trend in fresh turkey consumption over the last ten years for both the retail and foodservice markets, continued in 1994. HRI (Hotels, Restaurants and Institutions) consumption, utilizing a greater proportion of cut up and further processed product, has increased and currently represents over half of total consumption.

## Current Issues and Concerns

In view of the continued high level of whole frozen product in storage, consumer and further processor preference for fresh product has not been fully addressed.

While some progress was made in revising the process by which quota is allocated, some provinces remain anxious to have market realities more adequately reflected, further processing requirements met, and differences in cost structures and shifts in consumer preference recognized.

The current quota enforcement system needs further improvement to become more effective.

## Agency Operations

### Quota Allocation – 1994-1995

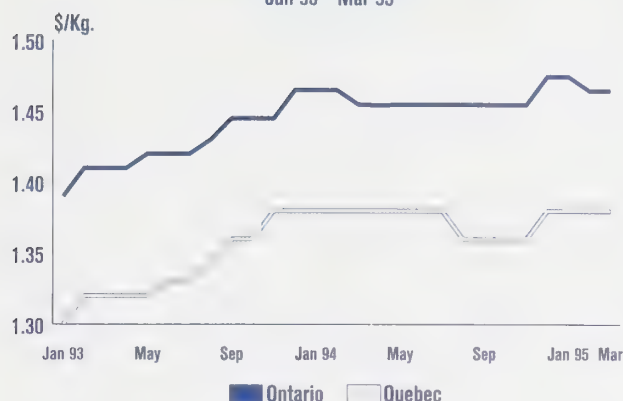
The Turkey Industry Advisory Committee (TIAC), concerned with the unexpected decrease in the level of storage stocks, particularly of heavies, recommended that the CTMA set the 1994-95 quota at 130.61 Mkg, an increase of 4.6% over the previous year. Council prior approved the quota order on February 3, 1994. The numbers were subsequently reviewed by the Turkey Industry Advisory Committee (TIAC) on February 22, 1994.

Faced with the impact of a projected record increase in chicken production, the Committee recommended a 5 Mkg. increase in the 1994-95 quota. The CTMA, after reviewing the Committee's recommendation, approved an increase of 2.4 Mkg on April 27, 1994. Council prior-approved a quota order for 133 Mkg on June 16, 1994.

The Agency reviewed the supply situation again, in September and October. Encouraged by the increase in turkey consumption during the summer and given the possibility of a shortage for

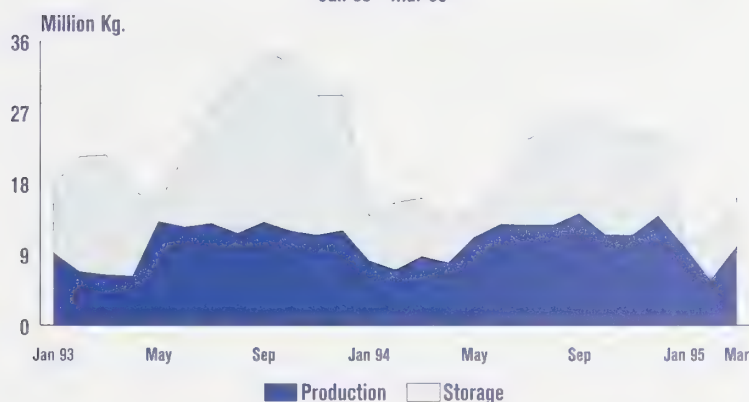
## Turkey Broiler Prices

Ontario and Quebec  
Jan 93 - Mar 95



## Turkey Production and Stocks

Jan 93 - Mar 95



the Christmas market, the CTMA endorsed the TIAC recommendation for a further quota increase of 2.6 Mkg. The final 1994-95 quota of 134.76 Mkg was then prior-approved by Council on November 28, 1994. This quota included a 0.8 Mkg reduction to those provinces which had overproduced their allocations the year before.

## Quota Allocation – 1995-1996

In November 1994, the Agency accepted the TIAC recommendation for a preliminary 1995-96 quota of 138.78 Mkg, a 3.75 Mkg increase over the previous year. The increase was based on a 5% growth rate over the 1993 preliminary quota and was in line with a long-term target growth aimed at narrowing turkey per capita consumption between Canada and the U.S.A. However, as Agency directors could not agree on an allocation methodology to provinces, no quota order was established. In March 1995, the Agency reduced the allocation by 1.75 Mkg due to concerns about disappointing turkey sales since Christmas and the resultant increased storage stocks. Council prior-approved the allocations on April 11, 1995.

This particular allocation to the provinces was made pursuant to a new policy under which, the starting point for the allocations would be the final allocation of the previous year (excluding breeder allotments and overmarketings) as opposed to Overbase I and Overbase II. Provincial allocations are then increased to accommodate increased demand using provincial market growth and comparative advantage of production as allotment criteria. The weighting of the criteria remain the same at 65% and 35% respectively.

## Overproduction Penalties (Liquidated Damages)

The CTMA employs three weight classes: under 5Kg, over 5Kg – under 8Kg, 8Kg and over, for purposes of quota allocation to provinces, targeting production in three periods of four months each. However, pursuant to the Agency's Promotion Agreement, the enforcement or penalty system is based on an annual assessment using two weight classes, under 8 kg and over 8 kg. A monetary penalty is assessed at the rate of 22 cents per kg on overproduction exceeding a 1.5% sleeve. Kilogram cut-backs are assessed on a province's allocation for each kilogram produced above that province's final allocation in the previous year.

The 1994/95 allocation to four provinces, Quebec, Saskatchewan, New Brunswick and British Columbia was reduced by a total of 793,045 kg as a result of overproduction during the 1993/94 control year. Monetary penalties of \$54,577 were also collected by the Agency.

## Levies

The CTMA's administrative costs are funded with a levy collected on its behalf by each province. This levy is included in the turkey cost of production formula, which is used as a guide by provincial boards in negotiating farmgate prices with processors. In November 1994 the Council prior-approved the extension of the existing levy rate of 1.3 cents per kg (liveweight) for 1995. The Agency's total levy (federal and provincial) represents approximately 1.9% of the average 1994 producer price.

## Financial Performance

The CTMA financial position improved during 1994 compared to the previous year as a result of reductions in promotion and professional expenses. Revenues in 1994 exceeded expenses by \$51,700 compared with a deficit of \$216,000 in 1993, including overproduction penalty payments. The year-end balance of funds was \$593,000.

1995 revenues, based on a 1.3 cent per kg (live) levy rate, are projected at \$2.210 million with budgeted expenses of \$2.164 million. As a result, the 1995 year-end balance of funds should be approximately \$639,000.

# Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA)



**The Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency** was established in 1986 to "promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry and to have due regard for the interests of both producers and consumers".

## **Industry Profile (1994)**

Number of Producers  
*294*

Regulated Production  
Volume  
*481,774,536 hatching eggs*

Gross Farm Gate Receipts  
*\$123,000,000 (approx)*

# The Year in Review

The five signatory provinces to the broiler hatching egg marketing plan are British Columbia, Alberta, Manitoba, Ontario and Quebec representing 89% of the Canadian production.

Imports at the negotiated access level of 21.1% of estimated domestic production are a major component of the Canadian hatching egg industry. Unfortunately, distribution and utilization of the imports remains a contentious and unresolved issue.

Council supported the Agency's request to amend the Federal-Provincial Agreement (FPA), to include a discipline for underproduction. The Agency maintains that the risk of a penalty will place all provinces on equal terms when negotiating short-term interprovincial quota exchange.

The Council is in the process of obtaining signatory approval for the amendment, which provides for an underproduction penalty (or allocation reduction) in the event that provinces repetitively underproduce their allocation. The amendment was circulated to signatories in December 1994. To date, not all signatories have returned the signed amendment.

The Canadian Broiler Hatching Egg Producers Association recently released an Efficiency Study on the industry. The study provides basic data on the structure of the producer sector as well as information on production costs and efficiency factors. The study will assist the industry in targeting its future research efforts and provide a benchmark for individual producers. This very commendable effort represents a first for poultry agencies.

Relationships between producers and hatcheries have improved. However, greater will and effort is required in some provinces to enhance the level of trust between the two sectors. Also, the development of contractual arrangements, between producers and hatcheries, similar to Ontario and Quebec have not been accepted.

CBHEMA, in 1994, agreed to amend the provincial import shares used in its Schedule "B". Although significant concessions were made by British Columbia and Alberta boards, resolution of the utilization of imports remains a challenge.

The Agency's proposal to impose an additional tariff on supplemental imports of broiler hatching eggs and chicks is currently being reviewed by the Departments of Foreign Affairs and International Trade, Agriculture and Agri-Food and Finance.

## Agency Operations

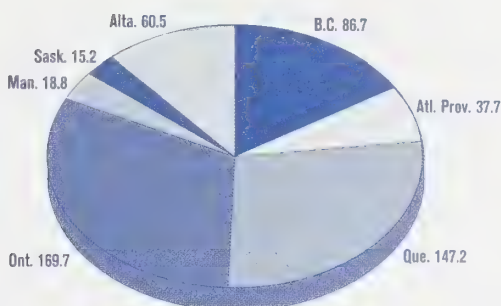
### Quota Allocation

The unexpected demand for hatching eggs in 1994, as a result of the revised chicken allocation process was a welcome challenge to the broiler hatching egg industry.

The Agency's Advisory Committee has the responsibility to advise on matters related to global hatching egg requirements. The difficulty remains that of insufficient lead time necessary to meet the ultimate and timely requirements for hatching eggs and chicks. Preliminary allocations are continually reviewed, revised, then finalized in the latter part of the production year.

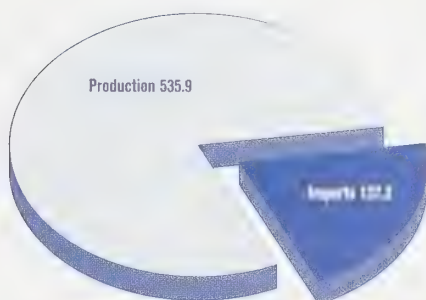
## Hatching Egg Production

(Million Eggs)  
1994



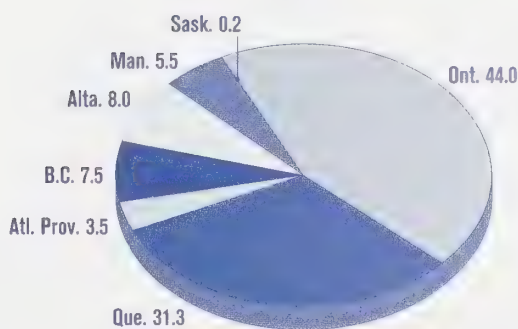
## Canadian Hatching Egg Availability

(Million Eggs)  
1994



## Broiler Hatching Egg Imports

Provincial Shares  
(%)  
1994



the Agency in 1994 generated \$806,000 in revenues. The combined levy (federal and provincial) represents approximately 2.3% of the average 1994 producer price for hatching eggs.

The Agency also collected approximately \$1,300 in levies from the sale of hatching eggs from a non-signatory province into a signatory province.

The Agency reduced its 1995 levy to 0.16 cents per broiler hatching egg which Council prior-approved in November 1994.

The Agency established its preliminary 1994 hatching egg requirement in March 1993, at 432.5 million eggs based on a estimated chicken production of 599 Mkg. The allocation was revised twice during 1993 resulting in a final allocation of 454.7 million eggs.

However, the accelerated 1994 demand for chicken required the Agency to increase the allocation again to 476.4 million eggs and finally to 481.8 million eggs based on a national chicken production of 685 Mkg. This allocation was prior-approved by Council in the latter part of November 1994. In October, the Agency established its preliminary 1995 allocation at 507.4 million eggs based on 1995 estimated chicken production of 723 Mkg. Council prior-approved the allocation at its November meeting.

In March 1995, the Agency reduced its preliminary allocation to 485.9 million eggs in recognition of a revised 1995 chicken production of 692 Mkg. The Agency also set a preliminary 1996 quota at 500.9 million eggs based on an estimated chicken production of 713 Mkg and 3% over the anticipated 1995 production. Council prior-approved this allocation in April.

## Levies

The Agency has the authority to impose levies on product marketed in interprovincial and export trade from the regulated area and on interprovincial shipments into the regulated area from the unregulated. The levy assessed to producers is a combination of both federal and provincial levies. The federal portion of the levy has been 0.17 cents per broiler hatching egg for the past four years. Levies collected by

## Financial Performance

The Agency's balance of funds at the beginning of 1994 was \$336,000. Total revenues for the year were \$838,000 with expenses of \$740,000 resulting in a balance of funds at year end of \$434,000.

The Agency is budgeting revenues of \$831,000 and expenditures of \$802,000 for 1995 with the resultant balance of funds at year end of \$463,000.

# Promotion Research Agencies

## The Year in Review

**It has been** over two years since Bill C-54 amended the Farm Products Marketing Agencies Act (FPMMA) to provide for the establishment of promotion-research agencies. This amendment, requested by producers, allowed the establishment of agencies that: could be national in scope; had the ability to impose mandatory levies on import, export and interprovincial trade; and had no supply management powers. Their purpose is to help industry by providing a stable funding base for financing generic promotion and research activities. Such agencies are industry initiated, industry funded and industry run within a framework provided jointly by federal and provincial legislation. The participation of the provinces is required because they have authority over levies on intraprovincial trade.

Last year's review noted that three groups had progressed to the stage of preparing draft promotion-research plans. The Apple Committee of the Canadian Horticultural Council has temporarily put this process on hold, so that it can focus its complete attention on the Minister's Special Measures Committee. The Canadian Cattlemen's Association and the Canadian Nursery Trades Association, now joined by the Flax Growers of Western Canada are still pursuing a promotion-research agency. These groups are over a year away from agency creation.

In total, Council has worked with 20 farm commodity groups that have inquired into utilizing this self-help mechanism. Council has also investigated why most of these groups are not still actively working toward agency creation. Initial interest, followed by disinterest, appears to be largely due to the steps involved in getting an agency operational. Industry would prefer an alternative to the current necessity, to link up to 10 provincial bodies to the agency through some type of federal-provincial agreement. Most groups only want a national agency, they view the provincial bodies as too costly to put in place and administer. At the same time however, they realize that provincial linkages are necessary because international trade obligations require that, in order to levy imports, all domestic commercial production must be levied.

Producers are well aware of the fiscal realities of governments. As a result, they also recognize that the initiative is more and more in their hands, which was really the basis of this legislation to begin with. For example, in some instances federal research monies are only available to industry on a cost-shared basis. The key to self-sufficiency is long term stable funding, just the reason for the introduction of promotion-research agencies. Industry's main request is that government (federal & provincial) cooperate in providing a streamlined approach to agency creation.

The Canadian Federation of Agriculture, the Canadian Horticultural Council and Agriculture and Agri-Food Canada, together with Council, are working to explore alternative and innovative methods. It is no easy challenge to harmonize or simplify the legalities inherent in a federal state such as Canada. Nova Scotia, recently demonstrated its commitment to facilitating agency creation by amending its legislation. Some provinces have yet to complete this process.

Revenue Canada (Customs Division) is planning policy and administrative changes which will enable their department to collect levies on imports. Interested commodity groups have pushed for this initiative for several years. This alone will be a big help.

# Cost of Production Guidelines

**Formula pricing** has always been a part of supply management, with commodity prices established by provincial boards.

Costs of production include the actual cash costs of producers as determined by on farm surveys, together with imputed costs for labour and capital.

Council first published guidelines for developing cost of production formulae in the mid 1980s. In the past two years discussions have been held with a cross-section of interested parties to review the guidelines. Deloitte Touche provided technical assistance.

The Task Force on Orderly Marketing expected that the role of the cost of production formula in the post-GATT environment would be addressed in their deliberations, which took place last year. The Ad Hoc Committees, however, were unable to devote much time to this subject and discussions were inconclusive. Producer groups generally agree that COP formulae have a role in pricing. Other stakeholders are much less supportive of the concept.

In January of this year, Council distributed a final revision of the guidelines to agencies which reflect many stakeholder comments and suggestions. It is the intent to have follow-up discussions with each agency as they proceed to conduct surveys. The question of fair return on labour and investment to efficient producers is one that always involves considerable debate.

## Lignes directrices sur le coût de production

un État fédéral comme le Canada. La Nouvelle-Écosse a récemment montré son engagement à faciliter la création d'un office en modifiant ses lois. Certaines provinces n'ont pas encore terminé ce processus.

Revenu Canada (division des Douanes) prévoit apporter des changements dans ses politiques et ses méthodes administratives afin de permettre à son personnel de percevoir des prélèvements sur les importations. Les groupes de denrées intéressés préconisent cette mesure depuis plusieurs années. Il s'agit d'une étape importante.

**L'établissement des prix** en fonction d'une formule a toujours constitué une partie intégrante de la gestion des approvisionnements, les prix des denrées étant établis par les offices de commercialisation provinciaux.

Les coûts de production comprennent les déboursés réels des producteurs, tels que déterminés par les enquêtes au niveau de la ferme, ainsi que les coûts imputés pour la main-d'œuvre et le capital.

Le Conseil a initialement publié ses lignes directrices pour l'élaboration de formules du coût de production au milieu des années 80. Au cours des deux dernières années, des discussions ont eu lieu avec un éventail de parties intéressées en vue de réviser les lignes directrices. La firme Deloitte Touche fournit l'assistance technique à cette fin.

Le Groupe de travail sur la commercialisation méthodique prévoyait, l'an dernier, être en mesure de déterminer quel devrait être le rôle des formules de coût de production dans l'environnement post-GATT. Toutefois, les Comités spéciaux ont été incapables de consacrer suffisamment de temps à ce sujet, et les discussions sont restées inconcluantes. Les groupes de producteurs s'entendent habituellement pour affirmer que les formules de coût de production ont un rôle à jouer dans l'établissement des prix. Les autres intervenants manifestent beaucoup moins d'enthousiasme pour ce concept.

En janvier 1995, le Conseil a diffusé aux offices de commercialisation la révision définitive des lignes directrices, qui englobaient les commentaires et suggestions de nombreux intervenants. Le Conseil a l'intention de tenir des discussions de suivi avec chaque office au fur et à mesure qu'il entreprend des enquêtes. La question de rendement équitable pour la main-d'œuvre et pour les investissements des producteurs efficaces continue à soulever de vifs débats.

# Offices de promotion et de recherche

## Récapitulation de l'année

**Le projet de loi C-54** modifiant la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme en vue de permettre l'établissement d'offices de promotion et de recherche a été adopté voici plus de deux ans. Demandée par les producteurs, cette modification prévoit l'établissement d'offices qui peuvent être d'envergure nationale; disposent de l'autorité d'imposer des prélèvements obligatoires sur les importations, sur les exportations et sur le commerce interprovincial; et n'exercent aucun pouvoir de gestion des approvisionnements. Ces offices ont pour objet d'aider l'industrie en lui procurant une base de financement stable pour la promotion générale et les activités de recherche. Ils sont parrainés, financés et gérés par l'industrie au sein d'un cadre établi conjointement par les lois fédérales et provinciales. La participation des provinces est nécessaire car ces offices ont l'autorité d'imposer des prélèvements sur le commerce intraprovincial.

Dans notre revue annuelle 1993-1994, nous avions mentionné que trois groupes étaient rendus à l'étape de l'ébauche de leur plan de promotion et de recherche. Le Comité des pommes, que parraine le Conseil canadien de l'horticulture, a temporairement suspendu ce processus afin d'être en mesure de consacrer toutes ses énergies au Comité des mesures spéciales établi par le Ministre. La Canadian Cattlemen's Association et la Canadian Nursery Trades Association, auxquelles s'est maintenant jointe la Flax Growers of Western Canada, poursuivent leurs activités d'établissement d'un office de promotion et de recherche. Ces groupes prendront plus d'une autre année pour se rendre à l'étape de la création d'un office.

Au total, le Conseil a travaillé avec 20 groupes chargés de produits agricoles, qui se sont informés de la possibilité d'utiliser ce mécanisme d'entraide. Le Conseil a aussi examiné la raison pour laquelle la plupart de ces groupes ne travaillaient pas activement à la création d'un office. Il semblerait que l'intérêt initial donne rapidement lieu à un désintéressement à cause des étapes nécessaires pour rendre un office opérationnel. L'industrie préférerait avoir une option au processus actuel de ralliement d'organismes provinciaux (jusqu'à 10) à l'office canadien au moyen d'une forme d'entente fédérale-provinciale. La plupart des groupes veulent seulement un office national, et perçoivent les organismes provinciaux comme trop coûteux à mettre en place et à gérer. En même temps, ils se rendent compte que les liens provinciaux sont nécessaires car les obligations du commerce international nécessitent que l'on effectue des prélèvements sur toute la production commerciale intérieure avant que l'on puisse imposer des prélèvements à l'importation. Les producteurs sont parfaitement au courant des réalités fiscales des gouvernements. Par conséquent, ils reconnaissent aussi que l'initiative leur revient de plus en plus, ce qui constitue en réalité le fondement de cette loi. Par exemple, dans certains cas, les fonds fédéraux consacrés à la recherche sont disponibles seulement aux industries sur une base de partage des coûts. La clé à l'auto-suffisance est un financement stable à long terme, et c'est d'ailleurs la raison même de la création des offices de promotion et de recherche. Ce que demande essentiellement l'industrie est que les gouvernements (fédéral et provinciaux) coopèrent à la prestation d'une démarche simplifiée de création d'un office.

La Fédération canadienne de l'agriculture, le Conseil canadien de l'horticulture et Agro-alimentaire Canada travaillent avec le Conseil à l'étude d'options et de méthodes novatrices. Ce n'est pas facile d'harmoniser ou de simplifier les aspects légaux et juridiques inhérents à



d'une production estimative de poulet fixée à 713 millions de kilogrammes, ce qui représente un accroissement de 3 p. 100 par rapport à la production prévue pour 1995. Le Conseil a approuvé au préalable cette allocation en avril.

## Prélèvements

L'OCCOIPC a le pouvoir d'imposer des prélèvements sur les produits commercialisés à partir des zones réglementées vers les marchés interprovincial et étranger, ainsi que les expéditions interprovinciales depuis les zones non réglementées vers les zones réglementées. Le prélèvement imposé aux producteurs constitue une combinaison des prélèvements fédéral et provinciaux. La portion fédérale du prélèvement a été de 0,17 cent par oeuf d'incubation de poulet à chair au cours des quatre dernières années. Les prélèvements perçus par l'OCCOIPC en 1994 ont produit des revenus de 806 000 \$. Le prélèvement combiné (fédéral et provinciaux) représenté environ 2,3 p. 100 du prix moyen reçu par le producteur en 1994 pour ses oeufs d'incubation.

L'OCCOIPC a perçu environ 1 300 \$ en prélèvements pour la vente d'oeufs d'incubation depuis une province non signataire dans une province signataire.

L'OCCOIPC a réduit son prélèvement à 0,16 cent par oeuf d'incubation de poulet à chair en 1995, ce que le Conseil a approuvé au préalable en novembre 1994.

## Résultats financiers

Le solde de l'encaisse de l'OCCOIPC au début de 1994 s'élevait à 336 000 \$. Les revenus totaux pour l'exercice se sont élevés à 838 000 \$ alors que ses dépenses ont atteint 740 000 \$, ce qui a laissé un solde de 434 000 \$ à la fin de l'exercice.

L'OCCOIPC prévoit des revenus de 831 000 \$ et des dépenses de 802 000 \$ pour 1995, ce qui devrait laisser un solde de 463 000 \$.

## Activités de l'office Allocation des contingents

La demande inattendue d'œufs d'incubation en 1994 par suite de la modification apportée au processus d'allocation des contingents de poulet a constitué un défi que s'est empressé de relever l'industrie des œufs d'incubation de poulet à chair.

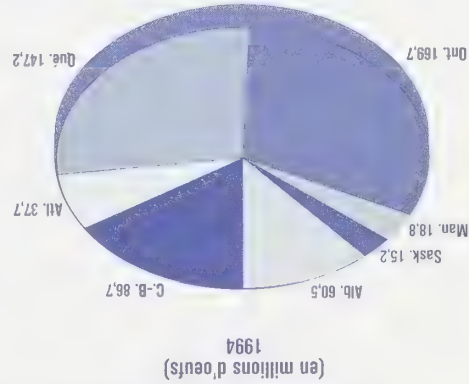
Il incombe au Comité consultatif de conseiller l'OCCOIPC, relativement aux besoins globaux en œufs d'incubation. Il demeure toutefois difficile de répondre précisément aux besoins globaux en œufs d'incubation. Les allocations préliminaires sont continuellement révisées et revues, puis rendues définitives dans la dernière partie de l'année de production.

L'OCCOIPC a établi son contingent préliminaire de 1994 à 432,5 millions d'œufs en mars 1993 en fonction de la production estimative de poulet, qui était établie à 599 millions de kilogrammes. Cette allocation a été révisée deux fois durant 1993, ce qui a produit une allocation définitive de 454,7 millions d'œufs.

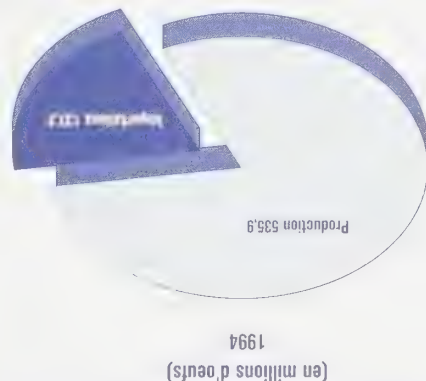
La vigueur de la demande de poulet en 1994 a poussé l'OCCOIPC à accroître de nouveau son allocation à 476,4 millions d'œufs, puis à 481,8 millions d'œufs en fonction de la production nationale de poulet établie à 685 millions de kilogrammes. Le Conseil a approuvé au préalable cette allocation durant la dernière partie de novembre 1994. En octobre, l'OCCOIPC a établi son contingent préliminaire de 1995 à 507,4 millions d'œufs en fonction de la production estimative de poulet fixée à 723 millions de kilogrammes pour 1995. Le Conseil a approuvé au préalable cette allocation à sa réunion de novembre.

En mars 1995, l'OCCOIPC a réduit son allocation préliminaire à 485,9 millions d'œufs à cause de la production révisée de poulet établie à 692 millions de kilogrammes pour 1995. De plus, l'OCCOIPC a établi un contingent préliminaire de 500,9 millions d'œufs pour 1996 en fonction

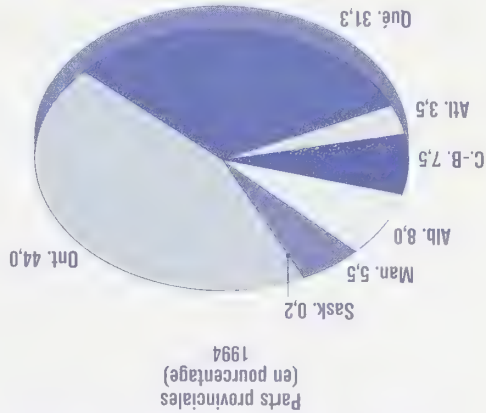
## Production d'œufs d'incubation de poulet à chair



## Disponibilité d'œufs d'incubation de poulet à chair canadiens



## Oufs d'incubation de poulet à chair - Importations



# Récapitulation pour l'année

**Les cinq provinces** qui ont signé le plan de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair (Colombie-Britannique, Alberta, Manitoba, Ontario et Québec) fournissent 89 p. 100 de la production canadienne.

Les importations, fixées à un niveau négocié de 21,1 p. 100 de la production intérieure estimative, constituent un élément important de l'industrie canadienne des oeufs d'incubation. Malheureusement, la distribution et l'utilisation des importations demeurent une question épineuse à résoudre.

Le Conseil appuie la demande de l'OCCOIPC qui désire modifier son Entente fédérale-provinciale pour y intégrer des mesures de discipline pour sous-production. L'OCCOIPC maintient que le risque de sanctions mettra toutes les provinces sur un pied d'égalité lors des négociations concernant les échanges à court terme de contingents entre les provinces.

Le Conseil procède actuellement à l'obtention de signatures approuvant la modification, ce qui permettra d'utiliser un régime de sanctions de sous-production (ou de réductions des allocations) dans les cas où les provinces sous-produisent à répétition leur allocation. La modification a été expédiée aux signataires en décembre 1994. À ce jour, les signataires n'ont pas tous retourné la modification signée.

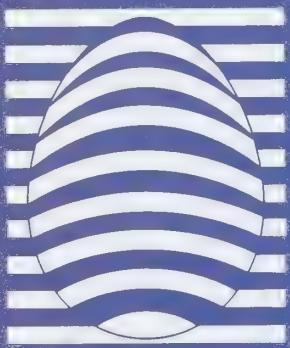
L'Association des producteurs canadiens d'oeufs d'incubation de poulet à chair a récemment rendu publique une étude sur l'efficacité dans l'industrie. L'étude fournit des données de base sur la structure du secteur de la production ainsi que des renseignements sur les coûts de production et sur les facteurs d'efficacité. L'étude aidera l'industrie à cibler ses efforts de recherche à l'avenir et procurera un point de repère pour les producteurs individuels. Cet effort très louable constitue un précédent de la part des offices de commercialisation de la volaille.

Les relations entre les producteurs et les couvoirs se sont améliorées. Cependant, il faudra davantage de bonne volonté et d'efforts dans certaines provinces pour améliorer le niveau de confiance entre les deux secteurs. De plus, l'élaboration de dispositions contractuelles entre les producteurs et les couvoirs, comme cela se passe en Ontario et au Québec, n'a pas été acceptée.

En 1994, l'OCCOIPC a convenu de modifier les parts provinciales des importations utilisées à l'annexe «B». Quoique les offices de la Colombie-Britannique et de l'Alberta aient consenti à des concessions importantes, la résolution concernant l'utilisation des importations demeure un défi. Le ministère des Affaires extérieures et du Commerce international, Agriculture et Agro-alimentaire Canada et le ministère des Finances examinent actuellement la proposition de l'OCCOIPC concernant l'imposition d'un tarif additionnel sur les importations supplémentaires d'oeufs d'incubation de poulet à chair et de poussins.



# Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC)



L'Office canadien des  
oeufs d'incubation de  
poulet à chair a été fondé  
en 1986 afin de «promou-  
voir la production et la  
commercialisation du ou  
des produits ... de façon à  
en accroître l'efficacité et  
la compétitivité, [et] de  
veiller aux intérêts tant des  
producteurs que des  
consommateurs».

**Profil de l'industrie  
(1994)**

Nombre de producteurs  
294

Volume de la production  
réglementée  
481 774 536 oeufs  
d'incubation

Valeur brute des produits à  
la ferme  
Environ 123 000 000 \$

## Résultats financiers

## Prélèvements

*Sanctions de surproduction (dommages-intérêts)*

Cette allocation particulière aux provinces a été effectuée conformément à une nouvelle politique selon laquelle le point de départ pour les allocations serait l'allocation définitive de l'année précédente (excluant les allocations aux fins d'élevage et la surcommercialisation) au lieu d'utiliser le contingent en sus de la base I et le contingent en sus de la base II. Les allocations provinciales ont ensuite été relevées pour tenir compte de deux critères : la croissance de la demande sur les marchés provinciaux et l'avantage comparé de production. Le poids des critères est demeuré le même, soit 65 et 35 p. 100 respectivement.

## Allocation des contingents 1995-1996

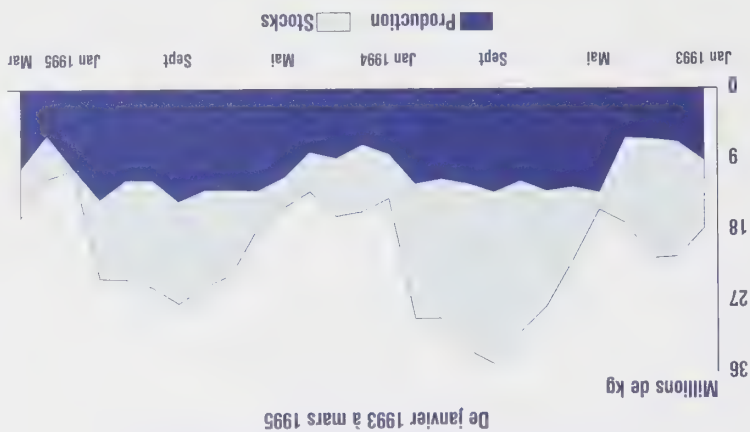
Face aux répercussions d'une augmentation record prévue dans la production de poulet, le Comité a recommandé une hausse de 5 millions de kilogrammes dans le contingent de 1994-1995. L'OCCD, après avoir examiné la recommandation du Comité, a approuvé une augmentation de 2,4 millions de kilogrammes le 27 avril 1994. Le Conseil a approuvé au préalable une ordonnance de contingentement de 133 millions de kilogrammes le 16 juin 1994.

L'OCCD a de nouveau révisé la situation des approvisionnements en septembre et en octobre. Encouragé par la croissance dans la consommation de dindon durant l'été et vu la possibilité d'une pénurie sur le marché à Noël, l'OCCD a entièrement la recommandation du Comité consultatif de l'industrie du dindon, qui préconisait une augmentation supplémentaire de 2,6 millions de kilogrammes dans le contingent. Le 28 novembre 1994, le Conseil a approuvé au préalable le contingent définitif pour 1994-1995, soit 134,76 millions de kilogrammes. Ce contingent comprenait une réduction de 0,8 million de kilogrammes imposée aux provinces qui avaient produit une quantité supérieure à leur allocation l'année précédente.

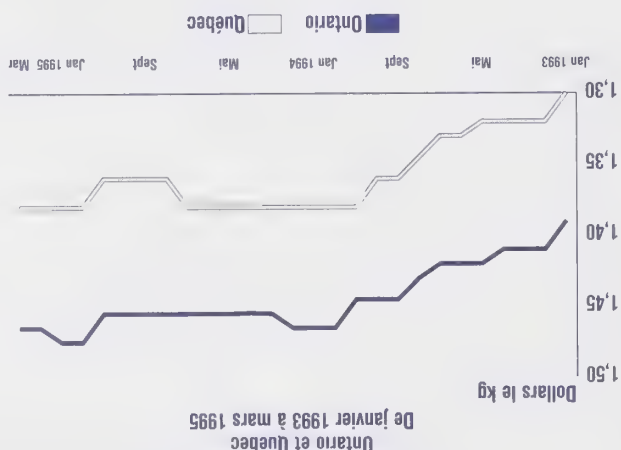
En novembre 1994, l'OCCD a accepté la recommandation du Comité consultatif de l'industrie du dindon et augmenté à 138,78 millions de kilogrammes le contingent préliminaire de 1995-1996, ce qui représentait une augmentation de 3,75 millions de kilogrammes par rapport à l'année précédente.

L'augmentation était fondée sur un taux de croissance de 5 p. 100 par rapport au contingent préliminaire de 1993 et était conforme à la croissance cible à long terme visant à combler l'écart existant dans la consommation de dindon par habitant entre le Canada et les États-Unis. Comme les administrateurs de l'OCCD ne pouvaient s'entendre sur une méthode d'allocation des contingents aux provinces, aucune ordonnance de contingentement n'a été établie. En mars 1995, l'OCCD a réduit l'allocation de 1,75 million de kilogrammes par suite de préoccupations concernant les ventes décevantes de dindon depuis Noël et l'augmentation des stocks en entrepôt qui en résultait. Le Conseil a approuvé au préalable les allocations le 11 avril 1995.

## Production et stocks de dindon



## Prix du dindon de grill



# Récapitulation pour l'année

Quoique, pour le poulet, les approvisionnements et la consommation apparente (ou «disparition») aient atteint des niveaux record à cause de prix très concurrentiels, la consommation de dindon en 1994 a augmenté de 2,3 p. 100 par rapport à l'exercice précédent, ce qui a contribué à réduire de 3,6 millions de kilogrammes (26 p. 100) les stocks en entrepôt à la fin de l'exercice. Toutefois, la consommation durant les quatre premiers mois de 1995 a diminué de 4,0 p. 100, ce qui a renversé la tendance à la baisse enregistrée pour les stocks durant l'exercice dernier.

La consommation par habitant au Canada s'élève à 4,78 kilogrammes en 1994, ce qui représente le troisième rang au monde, loin derrière les États-Unis où la consommation est de 8,21 kilogrammes par habitant et derrière la France où elle est de 5,62 kilogrammes par habitant. De fait, durant la dernière décennie, le taux de croissance de la consommation par habitant est demeuré relativement stagnant au Canada tandis qu'il a augmenté sensiblement en France et aux États-Unis.

La tendance croissante à consommer du dindon frais au cours des 10 dernières années, tant dans le commerce de détail que dans les services alimentaires, s'est poursuivie en 1994. Dans le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et des établissements, on a continué à utiliser une proportion plus élevée de dindon dépecé et de produits de transformation de deuxième cycle, ce qui représente actuellement plus de la moitié de la consommation totale.

## Les questions de l'heure

Compte tenu des stocks constamment élevés de produit entier surgelé en entrepôt, on n'a pas résolu de façon satisfaisante le problème de la préférence des consommateurs et des transformateurs de deuxième cycle pour le produit frais.

Quoique l'on ait réalisé des progrès pour la mise à jour du processus d'allocation des contingents, certaines provinces souhaitent ardemment que l'on tienne davantage compte des réalités du marché, que les besoins de la transformation de deuxième cycle soient satisfaits et que l'on reconnaisse les différences dans les structures de coût et les changements dans la préférence des consommateurs.

Le régime actuel d'application des contingents doit être amélioré davantage afin de le rendre plus efficace.

## Activités de l'office

### Allocation des contingents – 1994-1995

Le Comité consultatif de l'industrie du dindon, préoccupé par une diminution inattendue du niveau des stocks en entrepôt, particulièrement pour les gros dindons, a recommandé que l'OCCD établisse pour 1994-1995 un contingent de 130,61 millions de kilogrammes, soit une augmentation de 4,6 p. 100 par rapport à l'année précédente. Le Conseil a approuvé au préalable l'ordonnance de contingentement le 3 février 1994. Cependant, le Comité consultatif de l'industrie du dindon a révisé ses chiffres le 22 février 1994.

# Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)



L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) a été établi en 1973 afin de « promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits ... de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité, [et] de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs ».

## Profil de l'industrie (1994)

Nombre de producteurs  
567

Volume de production  
133 600 000 kg (poids  
étriqué)

Valeur brute des produits à  
la ferme  
Environ 193 000 000 \$

Valeur des produits trans-  
formés  
Environ 303 000 000 \$



## Résultats financiers

L'état d'exploitation de l'OCCP se divise en deux fonds, le fonds général et le fonds des dommages-intérêts. Au début de l'exercice 1994, le solde dans le fonds général s'établissait à 3,3 - millions de dollars. Les revenus totaux pour l'exercice 1994 se sont élevés à 3,8 millions de dollars mais les dépenses ont atteint 4,8 millions, ce qui a laissé une perte de 1,0 million de dollars et a réduit le solde à 2,3 millions de dollars à la fin de l'exercice.

Le budget préliminaire pour l'exercice 1995 indique des revenus de 2,9 millions de dollars, ce qui représente une diminution de 0,9 million de dollars par rapport à l'exercice précédent. L'OCCP prévoit des dépenses totales de 2,8 millions de dollars, c.-à-d. 1,7 million de dollars de moins qu'en 1994.

L'OCCP a commencé l'exercice 1994 avec un solde de 1,0 million de dollars dans le fonds des dommages-intérêts. Durant l'exercice, il a perçu des revenus totaux de 252 000 \$ et engagé des dépenses de 94 000 \$, pour finir l'exercice avec un solde de 1,2 million de dollars. L'OCCP prévoit un solde d'environ 0,8 million de dollars à la fin de l'exercice 1995 après des revenus totaux de 52 000 \$ et des dépenses de 0,4 million de dollars pour une étude de recherche sur les consommateurs et la mise à jour du fichier sur la nutrition.

## Allocation des contingents - 1995

En octobre 1994, l'OCCP a établi l'allocation pour la première période de 1995 (du 1er janvier au 4 mars) à 124,3 millions de kilogrammes, c.-à-d. 16,9 p. 100 de plus que pour la période correspondante de 1994. Avant que le Conseil n'examine l'allocation pour la première période, le secteur ontarien de cette industrie, dans une tentative pour éviter toute détérioration ultérieure du marché, a réduit ses besoins d'environ 1,9 million de kilogrammes, poids éviscéré. Suite aux mesures prises par l'Ontario, on a demandé à toutes les provinces de réévaluer leurs demandes initiales. Toutefois, seule l'Ontario a modifié ses besoins de production. À sa réunion du 28 novembre, le Conseil a approuvé au préalable l'allocation pour la première période au niveau de 122,4 millions de kilogrammes, ce qui signifie un accroissement d'environ 15,0 p. 100 par rapport à la production correspondante de 1994.

L'OCCP avait initialement établi le niveau pour la deuxième période en décembre 1994. Mais, l'approvisionnement excessif apparent de poulet a poussé l'Alberta, la Saskatchewan, l'Ontario et le Québec à réduire leur demande initiale d'une quantité totale de 3,9 millions de kilogrammes. Par conséquent, le Conseil a approuvé au préalable le 7 février 1995 l'allocation pour la deuxième période au niveau de 119,5 millions de kilogrammes, ce qui représentait une augmentation de 1,2 p. 100 par rapport à 1994.

Le 1er février 1995, l'OCCP a établi le contingent pour la troisième période à 123,5 millions de kilogrammes. Mais, compte tenu des stocks élevés en entrepôt et des marges réduites des producteurs et des transformateurs, toutes les provinces ont réévalué leurs positions initiales. Par conséquent, plus tard durant le même mois, les quatre provinces de l'Ouest et le Nouveau-Brunswick ont collectivement réduit leur demande de quelque 0,8 million de kilogrammes. En mars, le Conseil a reporté sa décision concernant l'approbation au préalable de l'allocation pour la troisième période en attendant que l'OCCP lui présente des renseignements supplémentaires indiquant que tous les offices provinciaux de commercialisation avaient convenu de mettre en oeuvre un régime de dommages-intérêts. Toutes les provinces ont signé un contrat concernant la surproduction, et le Conseil a donc donné son approbation au préalable pour l'allocation de la troisième période au niveau de 122,7 millions de kilogrammes, qui représentait une augmentation de 1,7 p. 100 par rapport à 1994.

## Prélèvements

L'OCCP est autorisé à effectuer des prélèvements sur la production ou sur la commercialisation du poulet dans les zones réglementées. Le taux du prélèvement doit être suffisant pour que cet office recouvre chaque année les frais administratifs et dépenses de commercialisation budgétés. De plus, l'OCCP peut établir des réserves et assumer toute autre dépense nécessaire pour la mise en oeuvre de son plan de commercialisation. Le prélèvement total de l'OCCP (fédéral et provincial) représentait environ 1,4 p. 100 du prix moyen au producteur en 1994.

L'OCCP a débuté l'année avec un taux de prélèvement de 0,40 cent le kilogramme, poids vif. Durant la dernière partie de 1994, cet office a demandé au Conseil d'approuver au préalable une prolongation de son taux actuel. Quelques mois plus tard, l'OCCP a demandé au Conseil d'approuver au préalable une réduction de 32,5 p. 100 de ses prélèvements. Le prélèvement révisé, fixé à 0,27 cent, est entré en vigueur le 5 mars 1995. Au début de l'été, les administrateurs produiront un budget définitif pour 1995.

déterminer plutôt les niveaux de production provinciaux en fonction des besoins exprimés par l'industrie au sein de chaque province. Cette allocation représente une augmentation de quel-que 21 p. 100 par rapport à la production de 1993, ce qui constitue la plus considérable augmentation jamais établie par l'OCCP.

Avant que le Conseil n'accorde son autorisation au préalable à l'ordonnance de contingente-ment, il a reçu un avis conjoint de plainte déposé par le Québec, Terre-Neuve et la Nouvelle-Ecosse relativement à l'allocation de l'OCCP. Les trois offices provinciaux alléguaient que la décision de l'OCCP n'était pas conforme aux exigences de l'Accord fédéral-provincial ni de la Proclamation, était contraire à ses propres règlements administratifs et allait à l'encontre du système de gestion des approvisionnements. Le Conseil a tenu une audience le 19 avril et a conclu que la plainte des appelants contre l'OCCP n'était pas fondée. Le Conseil a approuvé au préalable l'allocation le 29 avril, quoiqu'il ait entretenu certains doutes quant au réalisme d'une hausse aussi considérable de la production. De toute façon, il croyait que la disponibilité de poussins et la capacité de production constitueraient des facteurs limitatifs.

À sa réunion de juin, le Conseil a examiné l'allocation pour la cinquième période (du 28 août au 29 octobre), qui était de 124,0 millions de kilogrammes. Le Conseil a refusé de donner son approbation au préalable à cette allocation car il était manifeste à ce moment-là que l'allocation pour la troisième période prolongée était sous-produite. De fait, tous les indicateurs laissaient voir une utilisation inférieure à 95 p. 100 des contingents alloués. Comme la méthode utilisée pour déterminer l'allocation de la cinquième période était la même que pour la troisième période prolongée, le Conseil n'était pas convaincu que les besoins ainsi calculés représentaient vraiment les besoins nationaux. Par conséquent, le Conseil a demandé à l'OCCP de réévaluer ses besoins pour la cinquième période afin de s'assurer que la méthode «ascendante» utilisée offrait une exactitude et une confiance suffisantes, et de ne pas compter en double les besoins du marché.

L'OCCP a procédé à cet examen et, après avoir considéré les conditions actuelles du marché, a conclu qu'aucun changement important n'était nécessaire. Les administrateurs ont aussi convenu que les périodes 5 et 6 devraient être combinées vu les caractéristiques similaires de la demande durant ces périodes. Le Conseil a approuvé au préalable une allocation combinée de 238,7 millions de kilogrammes le 18 août, ce qui représentait une augmentation de 15,8 p. 100 par rapport à la production de l'année précédente, afin de permettre au système de progresser, mais il a exprimé néanmoins de sérieuses préoccupations concernant le réalisme de l'augmentation proposée.

La production totale en 1994 s'est élevée à 685,1 millions de kilogrammes, c.-à-d. une augmentation de 13,8 p. 100 par rapport à 1993. Cette hausse considérable a eu des répercussions importantes sur les rendements dans l'industrie, où la diminution des prix a atteint jusqu'à 9 p. 100, tandis que les prix reçus par les transformateurs pour les poulets entiers ont diminué à moins de 2 \$ le kilogramme. Les stocks en entrepôt ont grimpé de 11 millions de kilogrammes le 1er janvier 1994 à 20,4 millions de kilogrammes un an plus tard, cette hausse se produisant principalement durant le dernier trimestre. À 52,1 millions de kilogrammes, les importations étaient similaires à celles de 1993, mais les exportations ont augmenté de 1,4 million de kilogrammes à 12,5 millions de kilogrammes par suite d'un approvisionnement excessif de poulet.

De plus, le nouveau régime a présenté un défi à un certain nombre de secteurs industriels, particulièrement au commerce de détail et aux services alimentaires, qui ont dû accroître leurs efforts de commercialisation pour augmenter la consommation. Par conséquent, la consommation trimestrielle a augmenté de 4,4, de 12,9, de 7,8 et de 13,3 p. 100 respectivement par rapport à 1993, ce qui a produit un taux de croissance annuel de 9,7 p. 100. La démarche «ascendante» s'est révélée très avantageuse pour le consommateur.

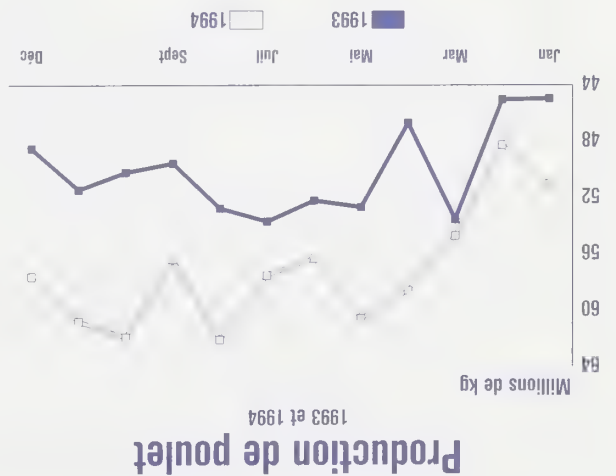
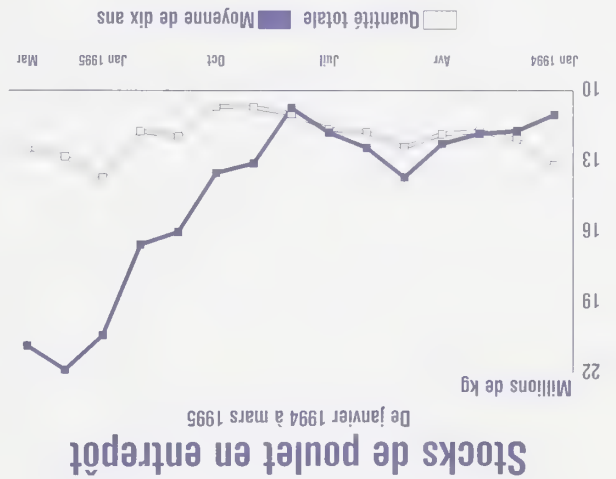
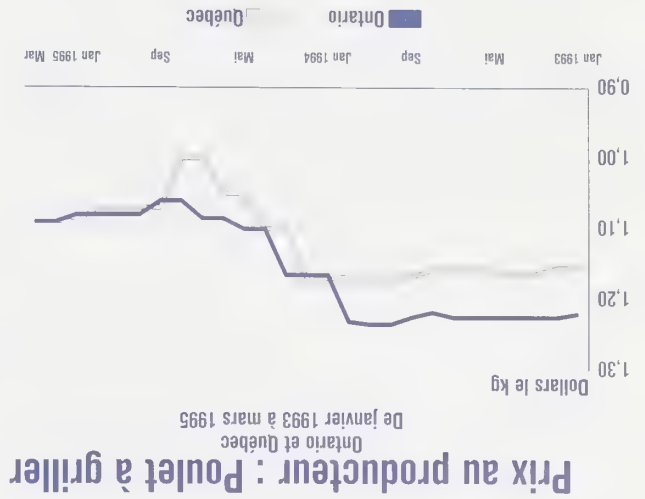
Avec l'établissement de l'allocation de 233,6 millions de kilogrammes pour la troisième période prolongée (du 8 mai au 27 août), l'OCCP a mis fin à l'utilisation du critère énoncé dans l'Accord fédéral-provincial pour

kilogrammes. respectivement à 103,3 millions de deuxième période, qui s'élevaient allocations de la première et de la approbation au préalable pour les de dommages-intérêts, il a donné son provinces avaient signé la résolution Conseil a été assuré que toutes les dommages-intérêts. Une fois que le n'avait pas mis en place un régime de contingentement parce que l'OCCP refusé d'accepter les ordonnances de 1994. Le Conseil avait auparavant première et deuxième périodes de les allocations proposées pour les une réunion spéciale pour examiner Le 4 janvier 1994, le Conseil a tenu

Britannique. neant effectivement la Colombie-mes en poids éviscéré et compren-utilisées dans ce rapport sont expt-Colombie-Britannique, les allocations comprennent pas le contingent de la soient exprimés en poids vif et ne continents adoptés par l'OCCP Quoique les règlements sur les

continuer l'application du processus. que l'OCCP a su relever le défi et cation. Cependant, il faut reconnaître la validité du nouveau système d'allocation qui a manifestement mis à l'épreuve méthode de réajustements successifs, semblaient être déterminées par une mieux, les demandes provinciales de d'importante transition. Tout au durant toute l'année 1994, une période un certain nombre de difficultés production par périodes a présenté L'établissement d'un régime révisé de

## Allocation des continents - 1994



La nouvelle méthode de détermination des besoins de production a rendu caduque la fonction traditionnelle du Comité de gestion des approvisionnements. La dernière réunion du Comité a eu lieu en décembre 1993 pour déterminer les exigences pour la troisième période de 1994. Adoptée de justesse par les administrateurs, la recommandation du Comité n'a jamais été utilisée vu l'introduction du nouveau régime d'allocation.

À partir de la troisième période prolongée de 1994, l'OCCP a modifié sa méthode de détermination et d'allocation des contingents. La méthode traditionnelle fondée sur la recommandation du Comité de gestion des approvisionnements et sur l'utilisation du critère énoncé dans l'Accord fédéral-provincial a été remplacée par un concept davantage axé sur les marchés provinciaux. Le niveau de production national déterminé par cette «méthode ascendante», comme on appelle communément un tel système, constitue l'ensemble des besoins des marchés provinciaux déterminés par les transformateurs pour des prix qui sont acceptables aux producteurs.

## Activités de l'office Comité de gestion des approvisionnements

Dans cet environnement en évolution rapide, il incombe aux membres de l'OCCP de s'assurer qu'un régime d'allocation est mis en oeuvre, qu'il puisse fonctionner et que toutes les provinces en respectent les dispositions. Par conséquent, le protocole servant à la mise en oeuvre du nouveau système d'allocation doit être signé par tous les membres d'ici le milieu de l'été. Mais, cela pourrait s'avérer difficile à cause des préoccupations qu'entretiennent encore certaines provinces. Quand le protocole révisé aura été entériné, le Conseil travaillera étroitement avec l'OCCP et avec ses signataires à l'élaboration des modifications nécessaires à l'Accord fédéral-provincial.

Pour préserver la crédibilité d'un système de commercialisation méthodique, il faut mettre en oeuvre des mesures disciplinaires sensées et applicables pour éviter des répercussions négatives sur les secteurs de la production et de la transformation. La production réelle des producteurs durant les diverses périodes de 1994 indique manifestement la nécessité d'un régime de sanctions de sous-production et de surproduction. Quoique les administrateurs aient signé un contrat dans lequel ils convenaient de la mise en oeuvre d'un régime de sanctions de surproduction pour les seules troisième et quatrième périodes de 1995, le Conseil croit fermement que les contrats devront à l'avenir couvrir une période minimum d'un an.

## Les questions de l'heure

Les prix reçus par les producteurs et par les transformateurs, ainsi que les marges d'exploitation dans certains cas, ont diminué dans toutes les provinces en 1994 suite au changement dans la méthode d'allocation et des niveaux de production plus élevés. De façon générale, les prix établis en Ontario ont continué à servir dans les autres provinces comme l'un des critères de détermination du prix.

démarche entreprise en vue de redevenir membre de l'OCCP une fois que l'Accord fédéral-provincial existant aura été modifié en fonction des principes énoncés dans le protocole. Un représentant de la Colombie-Britannique siège actuellement aux réunions des administrateurs de l'OCCP, mais sans droit de vote.

## Elaboration d'un protocole d'entente

Un protocole d'entente visant à permettre la mise en oeuvre immédiate du nouveau régime d'allocation a été diffusé aux provinces. Le protocole prévoit les éléments provisoires qu'on a convenu en principe de mettre en vigueur immédiatement en attendant que l'on apporte des modifications à la Proclamation, à l'Accord fédéral-provincial et aux plans provinciaux de commercialisation. L'objectif de l'OCCP était que toutes les provinces signent le protocole en décembre pour qu'il puisse entrer en vigueur le 1er janvier 1995. Toutefois, cela ne s'est pas produit car les offices de commercialisation du Québec, de Terre-Neuve et de la Nouvelle-Écosse ont maintenu leur position que le protocole nécessitait des mesures de sécurité supplémentaires pour assurer un certain niveau de stabilité et de certitude.

Le protocole comprend tous les éléments acceptés par les administrateurs de l'OCCP. Ces éléments comprennent la durée de l'entente, la détermination des marchés provinciaux, le versement d'une caution financière par les transformateurs à l'appui des besoins de produits qu'ils déclarent, des ententes sur l'établissement des prix dans les provinces, une nouvelle base d'allocation comprenant pour 1995 un plafond de 8 p. 100 dans la croissance, des sanctions de sous-production et de surproduction, et la nécessité d'examiner les politiques fédérales qui affectent le coût des aliments pour animaux et entravent ainsi la compétitivité de Terre-Neuve.

L'un des principaux éléments du protocole est l'aspect disciplinaire, c.-à-d. la résolution de domages-intérêts. Comme le protocole n'avait pas été signé, l'OCCP fonctionnait sans système national d'application à partir du début de la troisième période prolongée de 1994. Quoique le Conseil ait reconnu que 1994 pouvait être considérée comme une année de mise au point et de transition, il a souvent exprimé sa préoccupation et souligné l'importance de la discipline dans le système. L'absence de discipline est manifeste quand on compare les allocations périodiques de contingents avec la production réelle en 1994. Au début de 1995, l'OCCP a résolu de mettre en oeuvre un régime de sanctions pour surproduction, qui entrerait en vigueur au début de 1995, c.-à-d. à la troisième période.

Une disposition supplémentaire du protocole concerne le rôle du Conseil dans l'éventualité d'une plainte déposée par un office provincial de commercialisation. L'entente établit les procédures à suivre et les délais à respecter par le Conseil quand il reçoit un avis de plainte déposé conformément à l'alinéa 1(f) de la nouvelle entente. Le Conseil appuie les efforts engagés par l'OCCP en vue de conclure une entente et fera tout son possible pour se conformer aux délais prévus, mais il a fait remarquer que les processus et délais énoncés dans cette entente ne sont pas exécutoirs pour le Conseil puisque ce dernier n'est pas partie à l'entente. De plus, le Conseil a réitéré que toute partie affectée par les activités d'un office peut demander au Conseil de tenir une enquête conformément à l'alinéa 7(1f) de la Loi sur les offices des produits agricoles.

## Autres développements

En 1994, la production de poulet s'est élevée à 685,1 millions de kilogrammes, ce qui représente une hausse de 13,8 p. 100 par rapport à 1993. La consommation a augmenté d'environ 9,7 p. 100, ce qui constitue une preuve manifeste du potentiel de croissance qui existait dans l'industrie.

La Colombie-Britannique, qui s'était retirée de l'OCCP en 1989, a indiqué qu'elle souhaitait s'y joindre de nouveau. Une enquête menée auprès des producteurs durant la dernière moitié de septembre 1994 a indiqué que 89,3 p. 100 des producteurs étaient en faveur de se joindre à l'OCCP. Le gouvernement de la Colombie-Britannique a déclaré son ferme appui pour cette

# Récapitulation pour l'année

## Nouveau système d'allocation

**Au début** de 1994, l'OCCP a entamé le processus de révision de sa méthode d'allocation du contingent de production, ce qui a produit le changement le plus considérable survenu durant les 16 ans de son existence. Le processus utilisé, qui était fondé sur une formule, avait fait l'objet de critiques constantes de la part des provinces qui déclaraient que leurs allocations étaient insuffisantes pour desservir convenablement un marché croissant. Le principe d'un système de marché quelque peu rigide a résulté en un retrait de la Colombie-Britannique du plan national en 1989. Durant la dernière décennie, l'Ontario avait obtenu un succès mitigé en vue d'obtenir des contingents supplémentaires. L'Ontario avait été incapable de freiner le versement de primes incitatives croissantes aux producteurs ainsi que le programme connexe liant les producteurs aux transformateurs, ce que stimulaient les pénuries de produits déclarées par les transformateurs pour des produits particuliers.

Ce n'est pas avant que les contrôles quantitatifs à l'importation prévus à l'article XI du GATT aient été remplacés par une tarification globale que l'Ontario a eu l'occasion d'influencer le système et d'amener l'OCCP à adopter une méthode plus sensible aux besoins du marché. Le nouveau système nécessite simplement que les offices de producteurs déterminent conjointement avec les transformateurs de premier cycle leurs propres besoins provinciaux. Par conséquent, l'allocation nationale résulte maintenant de l'addition des besoins déterminés par l'industrie dans chaque province.

Le Conseil croyait que les producteurs et les transformateurs de premier cycle étaient davantage en mesure, vu leurs investissements et leurs risques dans le système, de mener l'industrie à élaborer cette nouvelle méthode d'allocation des contingents. Par conséquent, le Conseil a suivi étroitement et encouragé la continuation du processus par l'industrie.

L'avis de retrait que l'Ontario a délivré à l'OCCP à la fin de décembre 1993 a obligé les administrateurs à prendre une décision cruciale concernant l'avenir de cet office. L'avis servi par l'Ontario a persuadé les membres de l'OCCP de combiner l'allocation des troisième et quatrième périodes de 1994 (prolongeant ainsi la troisième période) et d'allouer les contingents « en fonction des besoins du marché ». L'Office de commercialisation de l'Ontario a annulé son avis de retrait le 18 février 1994.

Désillusionnés par le nouveau régime d'allocation, les offices de commercialisation du Québec, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve ont déposé une plainte auprès du Conseil concernant le prolongement de l'allocation pour la troisième période. Après avoir entendu la plainte le 19 avril et avoir examiné l'ensemble de la preuve présentée, le Conseil a rendu une décision en faveur de l'OCCP et, le 29 avril 1994, a approuvé au préalable l'allocation pour la troisième période.

L'OCCP a aussi retenu les services de la firme Price Waterhouse pour élaborer un régime d'allocation fondé sur un processus d'allocation selon les besoins du marché. Le rapport a été présenté au conseil d'administration de l'OCCP en mai 1994. L'Ontario a énoncé 13 conditions à son acceptation de toute nouvelle méthode. La position de l'Ontario a donné lieu à l'élaboration d'un cadre pour l'établissement d'une nouvelle Entente nationale sur l'allocation et les prix.



# Office canadien de commercialisation du poulet (OCCP)



L'Office canadien de commercialisation du poulet a été établi en 1978 afin de «promouvoir la production et la commercialisation du ou des produits ... [et] de veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs».

## Profil de l'industrie (1994)

Nombre de producteurs 2 742

Volume de production 685,1 millions kg (poids livrable)

Valeur brute des produits à la ferme 996,4 millions \$ (1993)

Valeur des produits transformés Environ 1,52 milliard \$ (1993)

Valeur des produits à la consommation Environ 2,55 milliards \$ (1993)



excédentaires à l'ensemble des besoins du marché intérieur). Ce prélèvement est non récupérable, dans le sens qu'il est réduit du rendement au producteur pour une douzaine d'œufs plutôt qu'intégré au prix payé par les consommateurs. En 1994, un prélèvement total à la production de 3 cents la douzaine a été utilisé comme suit : 1,5 cent pour contribuer à l'élimination des œufs excédentaires en les réorientant vers le marché intérieur des casseroles, 1 cent pour éliminer les produits excédentaires sur les marchés d'exportation et 0,5 cent pour aider à payer les frais d'administration de l'OCCO, plus particulièrement son programme de publicité et de promotion.

Etablissement des prix

Le mécanisme d'établissement des prix au moyen d'une formule, que l'on utilise pour les oeufs au Canada, est complexe et rendu encore plus compliqué par le fait que l'OCCO achète les quantités excédentaires à la demande d'oeufs de consommation aux fins d'élimination. Ce mécanisme de prix sert à établir un soutien pour le prix de tous les oeufs commercialisés, tant les oeufs de consommation (qui justifient un prix plus élevé sur le marché) que les oeufs destinés à la transformation (qui rapportent un prix beaucoup plus faible).

On peut voir au tableau I des exemples de prix établis au moyen de la formule de l'OCCO. Dans la première colonne, on indique le prix moyen calculé par l'OCCO pour 1994 au moyen de la formule; dans la colonne suivante, on montre le prix selon la structure de prélèvement proposée au Conseil par l'OCCO en octobre 1994; et dans la dernière colonne, on fait voir le prix selon la structure de prélèvement convenue pour les cinq prochaines années par le Comité spécial de révision des oeufs.

Le prix déterminé au moyen de la formule pour une douzaine d'oeufs de catégorie A gros est calculé comme suit. Le coût moyen de production est estimé grâce à une formule de production, qui est mise à jour au besoin. À ce chiffre, on ajoute un prélèvement de péréquation des coûts de production, que l'on appelle parfois le prélèvement à la consommation. Ce prélèvement est intégré au prix déterminé au moyen de la formule et est versé par les consommateurs canadiens d'oeufs en coquille. Ce prélèvement a pour but d'indemniser les producteurs pour le prix plus faible qu'ils recevraient autrement sur le marché de la transformation.

De fait, le marché des oeufs de consommation subventionne le marché des oeufs de transformation, où règnent des prix plus bas. L'OCCO achète tous les oeufs excédentaires au marché des oeufs en coquille à un prix égal au coût de production intégral plus une allocation pour les frais de classement (les provinces versent la différence) et vendent ces oeufs sur le marché intérieur de la transformation. Ce système permet aux transformateurs d'acheter les oeufs excédentaires aux besoins du marché de consommation à un prix équivalant au prix rendu américain pour les oeufs tout-venant (non classés ni calibrés). Il importe de reconnaître que, par suite de la proportion toujours croissante des oeufs utilisés aux fins de transformation, les consommateurs doivent payer un prélèvement plus élevé, quoique l'on ait imposé un plafond de 10 cents la douzaine à ce prélèvement pour les cinq prochaines années.

De fait, la formule d'établissement des prix comprend deux autres prélèvements. L'un est le prélèvement administratif de l'OCCO, qui a pour but de payer les frais de fonctionnement de l'OCCO, notamment de son programme de publicité. L'autre est un prélèvement servant à indemniser les producteurs pour les coûts de fonctionnement de l'office de commercialisation de leur province.

En plus des prélèvements ci-dessus, on impose pour chaque douzaine d'oeufs de catégorie A gros vendus sur le marché de la consommation un frais pour convertir à la catégorie A gros les oeufs de toutes les autres catégories et grossseurs. Ce frais de conversion est aussi compris dans le prix. Le fondement du frais de conversion est que les producteurs devraient recevoir leurs coûts de production plus un rendement raisonnable pour tous les oeufs qu'ils produisent, peu importe leur grossseur et leur catégorie.

Un dernier élément, le prélèvement à la production, est compris dans la structure de prélèvement; il sert depuis toujours à financer les ventes sur les marchés d'exportation (les produits

tableau 01 (1)

Poste	Responsable	Taux en 1994 (cents la douzaine)	Proposition de l'OCCO (cents la douzaine)	Proposition du groupe de travail (cents la douzaine)
-------	-------------	----------------------------------	---	--

1. Coût de production pour le producteur*	Consommateur d'oeufs en coquille	98	98	98
2. Prélèvement de péréquation des coûts de production	Consommateur d'oeufs coquille	8½	10	</10
3. Prélèvement administratif de l'OCCO	Consommateur d'oeufs coquille	2	2½**	2½**
4. Indemnisation pour le paiement des prélèvements à l'office provincial de commercialisation	Consommateur d'oeufs coquille	2	2	2
5. Prélèvement pour la conversion à la catégorie A gros		7½	7½	7½
6. Prélèvement à la production	Producteur d'oeufs coquille	3.0	1.0	</1.0
7. Total du prélèvement de péréquation des coûts de production + prélèvement de l'OCCO + prélèvement à la production		13½	13½	</13½
8. Prix d'achat de l'OCCO		118	120.0	120.0
I+2+3+4+5				

\* Calculé au moyen d'une formule comprenant le coût des poulettes, le coût des aliments, la main-d'oeuvre, l'amortissement des installations, les frais administratifs généraux, les frais d'intérêt et le rendement au producteur.

\*\* Proposition de prélèvement administratif de l'OCCO refusée par le Conseil.

(1) Voir les notes afférentes.

## Résultats financiers

Le Conseil a approuvé cette demande.

Le programme national d'échange de contingents a été mis en oeuvre au début de 1994 afin de permettre de déplacer les contingents d'un endroit à l'autre au pays selon les besoins, les producteurs achetant et vendant leurs contingents et l'OCCO servant de chambre de compensation. Le premier échange en application de ce programme a eu lieu en mai 1994. Les producteurs ont vendu 29 246 unités de contingent à un prix d'équilibre de 37 \$ l'unité de contingent (la ponduse). Le deuxième échange a eu lieu au début de 1995, résultant en la vente de 42 179 unités de contingent à un prix d'équilibre de 46 \$ l'unité.

Le Conseil appuie cette initiative qu'a prise l'OCCO car le programme peut aider à redistribuer les contingents vers les régions où la demande d'oeufs de consommation est plus forte, ce qui réduit les coûts associés à l'élimination des produits sur le marché industriel.

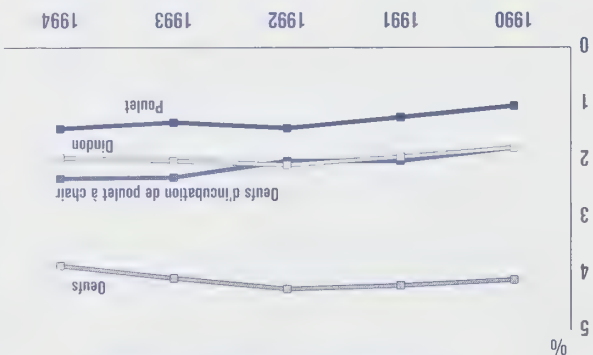
Le déficit du fonds de péréquation des coûts de production a augmenté de 2,6 millions de dollars en 1994, pour atteindre 4,2 millions de dollars à la fin de l'exercice. L'accroissement du déficit a résulté d'un niveau supérieur de ventes aux transformateurs canadiens ainsi que de la perception de revenus de péréquation inférieurs à ce qu'on avait prévu par suite de la contribution limitée du Québec au programme d'élimination des excédents. En outre, le fonds des péréquations à la production a diminué de 4,2 millions de dollars, ce qui a laissé un solde déficitaire de 800 000 dollars.

Le total des revenus de nature administrative s'est élevé à 11,1 millions de dollars, tandis que les dépenses ont atteint 8,7 millions de dollars. Cela a produit un accroissement de 2,4 millions de dollars dans les réserves administratives et a laissé dans ce fonds un solde positif de 5,4 millions de dollars à la fin de l'exercice. Les frais de publicité et de promotion ont encore une fois constitué le principal poste du budget, soit 3,8 millions de dollars ou 43,7 p. 100 des dépenses totales. Le péréquement administratif proposé pour financer les activités de l'OCCO en 1995 a été établi à 2,5 cents la douzaine. Il produira des revenus de 10,5 millions de dollars. On prévoit des dépenses de 10,3 millions de dollars. Les frais de publicité et de promotion devraient atteindre 5,3 millions de dollars, c.-à-d. 51,5 p. 100 du budget total.

En janvier 1995, l'OCCO a entrepris d'équilibrer ses comptes conformément à l'entente conclue par le Comité spécial de révision des oeufs. Une fois que le solde de 5,4 millions de dollars dans le fonds administratif aura été utilisé pour combler le déficit cumulé de 5,0 millions de dollars dans le fonds industriel combiné (une combinaison du fonds de péréquation des coûts de production et du fonds du péréquement à la production), l'Office disposera d'un solde de 0,4 million de dollars à l'ouverture des livres à titre de fonds de roulement en 1995.

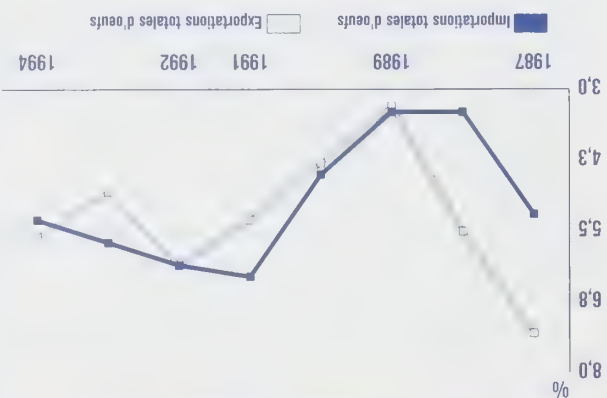
## Prélèvements administratifs

en pourcentage du prix pondéré au producteur



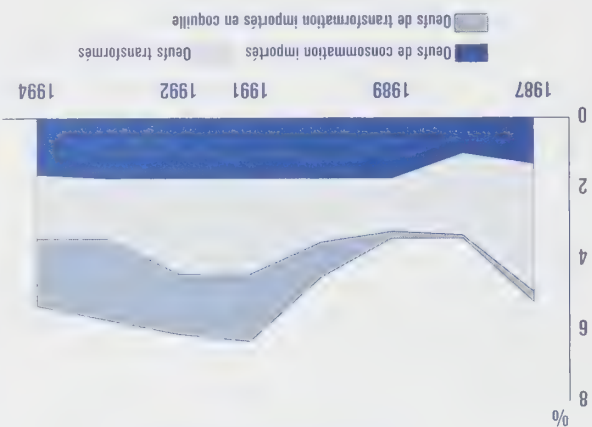
## Importations et exportations d'oeufs

en pourcentage de la production



## Importations d'oeufs

en pourcentage de la production



## Allocation des contingents

Les provinces ont procédé à la mise en oeuvre de la structure de prélèvements proposée par le Comité spécial de révision des oeufs en fondant sur les règlements provinciaux les prélèvements, qu'ils ont continué à verser à l'OCCO pour les produits commercialisés sur le marché intraprovincial.

L'OCCO a approuvé un plan de commercialisation révisé en février 1995 et l'a présenté au Conseil. Suite à des discussions suivies entre le Conseil, certains offices de commercialisation provinciaux et le comité exécutif de l'OCCO en avril 1995, une solution acceptable à cette impasse concernant le prélèvement est imminente.

Le plan de commercialisation prévu dans le budget annuel de l'OCCO constitue le fondement du prélèvement administratif. Quoique l'on ait indiqué dans le budget de l'OCCO les domaines généraux des dépenses effectuées aux fins de ce programme, peu de renseignements étaient disponibles concernant la façon dont les sommes seraient réparties.

Les discussions avec l'OCCO se sont poursuivies durant tout le mois de décembre, mais la question n'a pas été résolue. L'ordonnance de prélèvement de l'OCCO a expiré le 26 décembre 1994.

La consommation d'oeufs en coquille a diminué de 0,6 p. 100 en 1994. Par conséquent, 74,9 millions de douzaines d'oeufs, c.-à-d. près de 17 p. 100 de la production totale d'oeufs de consommation, a été réorientée vers les usages industriels, comparativement à 67,3 millions de douzaines en 1993. L'OCCO n'a donc pas eu à augmenter son contingent pour 1995.

En octobre 1994, l'OCCO a demandé au Conseil d'approuver au préalable une

Après discussions et consultations avec le Conseil et les régies agricoles provinciales, les administrateurs de l'OCCO ont modifié cette politique et ont convenu que chaque régie agricole provinciale pouvait déléguer un représentant aux réunions de son conseil d'administration.

## Comité consultatif

Au début de 1994, l'OCCO a prorogé les réunions de son comité consultatif jusqu'à ce que le Groupe de travail sur la commercialisation méthodique ait présenté son rapport définitif aux ministres. L'OCCO soutenait que les réunions du Groupe de travail dédoubleraient en bonne part les efforts du comité consultatif.

En mars 1995, les administrateurs de l'OCCO ont déclaré que leur comité consultatif était redondant à cause de la proposition, faite par le Comité spécial, en vue d'élargir la représentation à leur conseil d'administration. Toutefois, on a confié au comité exécutif de l'OCCO le mandat d'examiner d'autres façons d'assurer une consultation continue avec les autres intervenants.

## Activités de l'office

### Prélèvements

En octobre 1994, l'OCCO a demandé au Conseil d'approuver au préalable la prolongation de son ordonnance de prélèvement pendant une autre année à son niveau actuel de 13,5 cents la douzaine. L'Office proposait que le montant total du prélèvement reste identique mais voulait changer substantiellement la responsabilité du paiement des prélèvements. En 1994, le prélèvement total récupérable au moyen de la formule d'établissement du prix était fixé à 10,5 cents la douzaine, dont 8,5 cents la douzaine pour le prélèvement de péréquation des coûts de production et 2,0 cents la douzaine pour le prélèvement administratif de l'OCCO. Quant aux producteurs, ils assumaient un prélèvement non récupérable de 3,0 cents la douzaine. Dans la proposition présentée par l'OCCO pour 1995, on voulait récupérer une plus grande partie du prélèvement en incluant dans la formule d'établissement des prix 12,5 cents la douzaine, dont 10 cents la douzaine pour le prélèvement de péréquation des coûts de production et 2,5 cents la douzaine pour le prélèvement administratif de l'OCCO. Quant aux producteurs, ils auraient assumé un prélèvement non récupérable de 1,0 cent la douzaine.

En décembre 1994, le Conseil a convenu d'accepter la proposition du Comité spécial de révision des ocus pour la restructuration du programme d'élimination des produits industriels, pourvu que les ministres l'approuvent. Quoique le Conseil ait approuvé le prélèvement de 10 cents la douzaine pour la péréquation des coûts de production et de 1 cent la douzaine pour le prélèvement à la production en vue de l'élimination des ocus excédentaires aux besoins de consommation, il a refusé d'approuver le prélèvement administratif de 2,5 cents la douzaine. Il a donc rejeté l'ordonnance de prélèvement de l'OCCO.

La Loi confie au Conseil la responsabilité d'examiner les ordonnances et règlements de l'Office et de s'assurer que toute ordonnance particulière est nécessaire à l'application et à la gestion du plan de commercialisation de l'Office. Le Conseil ne pouvait pas accepter la proposition du Comité spécial visant un plein recouvrement du prélèvement administratif national de l'OCCO à hauteur de 2,5 cents la douzaine, prélèvement garanti pour chacune des cinq prochaines années.

# Récapitulation de l'année

## Les questions de l'heure :

**Durant** la dernière décennie, la question la plus fréquemment soulevée entre le Conseil et l'OCCO, de même qu'avec de nombreux signataires provinciaux, a été le financement du volume croissant de produits détournés vers le marché industriel dans un contexte de stagnation ou de décroissance du marché des oeufs en coquille. On espère que l'entente conclue dans le cadre des discussions du Comité spécial résoudront enfin cette question. Le Conseil appuie la proposition mise de l'avant par le Comité spécial de révision des oeufs en vue de restructurer le programme d'élimination des excédents, même si le prélèvement à la consommation absorbe une part accrue de la responsabilité financière découlant du volume croissant d'oeufs de transformation sur le marché intérieur.

La responsabilité complète du financement de la croissance du secteur de la transformation est une question que de nombreux comités et groupes de travail ont étudiée avec divers degrés de succès. L'acceptation d'une entente a été entravée par le manque d'unanimité chez les signataires, même si la question a été presque résolue à plus d'une occasion.

Le Conseil instaurera un processus de révision de l'Accord fédéral-provincial et du plan de commercialisation conformément à la proposition émanant du Comité spécial de révision des oeufs relativement aux prélèvements et aux activités du programme d'élimination des excédents.

Il faudra apporter des modifications à la Proclamation pour élargir, tel que proposé, le conseil d'administration de l'Office, qui passera de 12 à 15 membres pour que les intervenants en amont (l'offre) et en aval (la demande) y soient représentés. Il faudra aussi apporter des modifications pour intégrer dans le plan les Territoires du Nord-Ouest, auxquels sera attribué un contingent de production de base.

La proposition adoptée par le Comité spécial de révision des oeufs, quoiqu'elle garantisse le maintien du statu quo, ne favorise guère une plus grande sensibilité aux besoins du marché et une plus grande efficacité. La résolution de ce différend permettra à l'industrie des oeufs d'exploiter davantage ses points forts et d'être dans une excellente position pour relever le défi d'un marché mondial plus compétitif.

Comme le Groupe de travail examinait la structure du conseil d'administration de l'OCCO, le gouverneur en conseil n'a pas rempli le poste vacant de président de l'OCCO durant l'année 1994. On n'a pas encore établi si le poste de président devait être rempli par nomination effective par le gouverneur en conseil ou par élection par les membres de l'OCCO.

## Réunions à huis clos du conseil d'administration de l'OCCO

À l'automne 1994, l'OCCO a annoncé une nouvelle politique indiquant que toutes les réunions de son conseil d'administration se tiendraient à huis clos, sauf son assemblée annuelle et sa réunion estivale à l'extérieur d'Ottawa.

Le Conseil a informé l'OCCO que ses activités doivent être menées de façon ouverte et transparente, et que les signataires (ou leurs représentants) avaient exigé le droit d'être présents durant le processus de prise de décisions.



# Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO)

L'Office canadien de  
commercialisation des  
oeufs a été établi en 1972  
afin de promouvoir la pro-  
duction et la commerci-  
alisation du ou des produits  
de façon à en accroître  
l'efficacité et la compétiti-  
vité [et] de veiller aux inté-  
rêts tant des producteurs  
que des consommateurs.

## Profil de l'industrie (1994)

Nombre de producteur  
1 435

Volume de production  
410 268 100 douzaines

Valeur brute des produits à  
la ferme

461 000 000 \$ (estim.)

Valeur des produits au  
détail

672 000 000 \$ (estim.)





Les ministres ont convenu, à leur réunion de juillet 1994, qu'un comité composé de représentants des gouvernements fédéral et provinciaux devait se réunir pour discuter d'options concernant la création d'un mécanisme exécutoire de règlement des différends. Ce comité a tenu deux réunions, mais a conclu qu'en dépit de la nécessité de continuer à élaborer un mécanisme de résolution des différends dans le régime il fallait néanmoins donner la priorité à l'élaboration et à l'approbation d'un cadre en vue de modifier les accords fédéraux-provinciaux signés pour chacun des offices.

## Comité spécial pour un mécanisme de règlement des différends

Le Comité a conclu, comme il est mentionné dans son rapport définitif aux ministres, qu'avant d'apporter tout changement significatif au niveau national, il fallait réaliser des progrès marqués au niveau provincial en ce qui touche l'élaboration d'ententes acceptables entre les couvoirs et les producteurs. Les trois questions les plus fondamentales qui ont émergé étaient les suivantes : la combinaison de la production intérieure et des importations dans chacune des provinces, la méthode d'allocation et l'assurance que les engagements relatifs aux allocations seraient honorés. La résolution de la dernière question constituait une condition sine qua non de la résolution des deux premières. Le Comité de révision des oeufs d'incubation de poulet à chair comprenait des représentants de l'OCCOIPC, de la Fédération canadienne des couvoirs et des gouvernements fédéral et provinciaux.

## Comité spécial de révision des oeufs d'incubation de poulet à chair

Le deuxième point en importance dans cette entente portait sur la politique d'allocation des contingents. La méthode d'allocation sera utilisée jusqu'à la fin de la période de contrôle 1996-1997, c.-à-d. jusqu'au 1er mai 1997. Entre temps, l'OCCD entreprendra un examen complet de sa méthode d'allocation des contingents. En effet, la méthode actuelle consiste encore en l'utilisation d'une base provinciale mise à jour plus un contingent en sus de la base I, mais les quantités dépassant cette somme seront attribuées en fonction de la taille du marché provincial et de l'avantage comparé. Ces critères ont une pondération de 65 et de 35 p. 100 respectivement.

Les deux parties ont convenu d'ajouter deux membres non-producteurs au conseil d'administration de l'OCCD, soit un transformateur de premier cycle et un transformateur de deuxième cycle, les deux étant nommés par le CCTOV. Le Conseil travaille actuellement avec l'OCCD à élaborer et à traiter les documents nécessaires pour modifier la Proclamation de l'Office en vue de mettre en oeuvre le changement convenu. De plus, le Comité consultatif de l'industrie du dindon, mis sur pied par l'OCCD, sera restructuré pour que les secteurs en aval de cette industrie y assument un rôle plus approprié et une participation plus directe dans la détermination de la quantité d'approvisionnement.

Le régime d'allocation, ce qu'avait facilité la Fédération, 1995, l'OCCD et le CCTOV ont conclu une entente sur les changements organisationnels et le deuxième moitié, ces discussions ont été en bonne part confinées à la Fédération. Le 31 janvier discuté de diverses questions au sein du Comité spécial de révision du dindon, mais durant la mixte consultatif avec représentation régionale. Au cours de la première moitié de 1994, on a

## Comité spécial d'examen pour le poulet

Le Comité spécial d'examen pour le poulet comprenait des représentants de l'OCCP, des transformateurs de premier et de deuxième cycles, des entreprises de commerce de gros, des distributeurs, des services alimentaires et des gouvernements provinciaux.

Le travail de ce comité a porté principalement sur des questions opérationnelles et de programme, sur la structure de l'OCCP et sur les façons de modifier la Proclamation de cet office ainsi que son Accord fédéral-provincial pour rendre l'industrie plus sensible aux besoins du marché et pour en rehausser la viabilité. Le Comité a fortement concentré ses efforts sur les activités déployées par l'OCCP pour modifier son système d'allocation des contingents.

Pendant que le Comité effectuait son travail, l'OCCP s'employait à élaborer son Entente nationale sur l'allocation et les prix. Les membres producteurs siégeant au Comité croyaient que l'évolution d'un nouveau régime d'allocation incomberait uniquement à l'OCCP et ont donc rejeté les efforts déployés par les membres du Comité représentant les autres intervenants, qui souhaitaient changer ou bien les paramètres de l'Accord ou bien le processus mis en oeuvre pour l'atteindre.

Les progrès réalisés en vue de résoudre les autres questions, notamment la structure et l'utilisation des formules de coût de production ainsi que la composition du conseil d'administration de l'OCCP, ont été mitigés. En fin de compte, les membres ont simplement convenu de différer d'opinion.

Parmi les recommandations comprises dans le rapport définitif que le Groupe de travail a présenté aux ministres en décembre 1994, la plus importante était que le nouveau régime d'allocation soit véritablement mis à l'essai. Les ministres ont décidé que l'OCCP devait examiner la nécessité d'introduire des mesures de sécurité supplémentaires et une discipline plus rigoureuse dans le système d'allocation. L'OCCP s'y est conformé et a présenté un rapport aux ministres en février 1995.

En réponse à d'autres recommandations, l'OCCP évalue actuellement le besoin d'un Comité sur les perspectives du marché, qui verrait à ce que les utilisateurs en aval fournissent et examinent régulièrement de l'information sur les marchés durant toute l'année. On recommandait aussi que le Comité sur le commerce étudie davantage le besoin d'élaborer une politique d'exportation.

## Comité spécial de révision du dindon

Le Comité spécial de révision du dindon comprenait des représentants nommés par l'OCCD, les transformateurs de premier et de deuxième cycles, l'industrie des services alimentaires, les distributeurs en alimentation et les gouvernements provinciaux. Le Comité a travaillé d'avril à juin 1994 en vue de guider la préparation d'un accord fédéral-provincial renouvelé afin de faciliter une plus forte croissance du marché. Dans l'industrie, on croit généralement qu'il faut apporter des changements dans les structures organisationnelles, élaborer un système d'allocation des contingents réaliste et sensible aux besoins du marché, et modifier les lois.

Le Comité spécial de révision du dindon a présenté un rapport aux ministres en juin, décrivant les grands principes généraux à utiliser pour le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial. De plus, il a tenté de faire confirmer une politique révisée d'allocation des contingents adoptée par l'OCCD en avril et qui devait entrer en vigueur le 1<sup>er</sup> mai 1996. Le Comité ne s'est pas réuni après la rencontre des ministres en juin.

Au début de 1994, l'OCCD et le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volaille (CCTOV) ont mis sur pied la Fédération canadienne du dindon, qui constitue un organisme

# Groupe de travail fédéral-provincial sur la commercialisation méthodique

## Suite à l'entente du GATT

conclue en décembre 1993, les ministres fédéral et provinciaux ont établi le groupe de travail chargé de renouveler la gestion des approvisionnements. Le 10 janvier 1994, les ministres ont confié au Groupe de travail le mandat de déterminer quelles étaient les questions clés en gestion des approvisionnements, quels processus permettaient de les résoudre et un calendrier pour la prise de décisions et leur mise en oeuvre avant que n'entrent en vigueur les nouvelles dispositions du GATT en juillet 1995. Présidé par le député Lyne Vancilief, secrétaire parlementaire du ministre fédéral de l'Agriculture et de l'Agro-alimentaire, le Groupe de travail a établi des comités spéciaux pour chacune des industries de la volaille, de même que pour le secteur laitier, pour accomplir son mandat. Le personnel du Conseil a fait partie du secrétariat de chacun de ces comités spéciaux.

## Comité spécial d'examen pour les oeufs

Le Comité spécial d'examen pour les oeufs (aussi appelé Groupe sectoriel de consultation sur les oeufs) comprenait des représentants de l'OCCO, des industries connexes (notamment des postes de classement et des transformateurs), des couvoirs, de l'industrie des services alimentaires, des distributeurs en alimentation et des gouvernements provinciaux.

Le Comité spécial d'examen pour les oeufs s'est réuni à diverses occasions durant l'année 1994 et est parvenu à s'entendre en décembre sur une proposition visant à restructurer le programme d'élimination des excédents exploité par l'OCCO et les prélèvements à ces fins.

La principale réalisation du Comité a consisté à obtenir une entente unanime pour imposer un plafond à la responsabilité des consommateurs (le fonds de péréquation des coûts de production) pour les cinq prochaines années. Cette responsabilité sera limitée au moindre d'un volume maximum égal aux ventes de produits industriels sur le marché intérieur en 1994, soit quelque 4,3 millions de caisses, ou d'un prélèvement de 10 cents la douzaine sur toute la quantité produite. On n'a précisé aucun plafond pour les prélèvements provinciaux. De plus, la proposition prévoit un prélèvement administratif de 2,5 cents la douzaine ainsi qu'un prélèvement à la production de 1 cent la douzaine. Du prélèvement total de 13,5 cents la douzaine, les producteurs récupéreront 12,5 cents au moyen de la formule d'établissement des prix.

Une autre recommandation du Comité était d'élaborer et de mettre en oeuvre un programme de vente de produits industriels, qui serait conforme à la nouvelle entente du GATT. En coopération avec les fonctionnaires d'Agriculture Canada chargés du commerce, l'OCCO a modifié ses programmes existants pour créer un système de discrimination des prix et de mise en commun qui serait compatible avec les engagements internationaux du Canada. Le nouveau système est entré en vigueur le 1er janvier 1995.

En dernier lieu, les ministres de l'Agriculture fédéral, provinciaux et territoriaux se sont réunis le 19 décembre 1994 et ont décidé de mettre en oeuvre un processus de renouvellement de l'Accord fédéral-provincial et du plan de commercialisation des oeufs, qui serait fondé sur les principes de l'entente cadre proposée par le Comité spécial d'examen pour les oeufs. Le Conseil assumera le rôle clé de veiller à la mise en oeuvre d'un processus à cette fin.

l'efficacité et la compétitivité tout en veillant aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs. Cet objet ou énoncé de mission constitue encore un principe directeur valable pour les offices.

Les producteurs canadiens de volaille et d'œufs ont le privilège de partager des marchés intérieurs protégés pour leurs produits. Mais un privilège ne constitue pas un droit. À un privilège, se rattachent toujours des responsabilités spéciales. Dans le cas des offices chargés de la gestion des approvisionnements, ces responsabilités comprennent le développement d'une industrie à la fois efficace et compétitive. À moins que les secteurs de cette industrie ne soient à la fois efficaces et compétitifs, ils n'auront pas suffisamment de vigueur et d'aptitude pour veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs.

## Article – par Dr Gerald I. Trant

**Gerald Trant** s'occupe de questions agro-alimentaires depuis de nombreuses années; il possède une excellente connaissance des régimes canadiens de gestion des approvisionnements pratiqués dans les secteurs de la volaille et des oeufs. Il a été sous-ministre adjoint principal à Agriculture Canada de 1976 à 1986. Arrivé au Ministère à titre de sous-ministre adjoint en 1976, il a occupé ce poste de 1972 à 1976. Après sa retraite de la fonction publique en 1992, il est devenu directeur général du Conseil mondial de l'alimentation des Nations Unies. Le Conseil l'a invité à nous faire part de ses observations sur la gestion des approvisionnements dans les années 90.

L'application de la gestion des approvisionnements a augmenté et stabilisé les revenus des producteurs de poulet, de dindon et d'oeufs. Les différends interprovinciaux se sont atténués. Le secteur de la production de volaille est rentable dans toutes les provinces. On compte actuellement quelque 5 000 producteurs individuels de volaille. Il existe bien une certaine intégration verticale dans chaque secteur de la volaille, mais cela est restreint et très différent de la situation aux États-Unis où l'intégration verticale est la forme dominante d'organisation dans l'industrie de la volaille.

La gestion des approvisionnements dans l'industrie de la volaille a reçu un appui continu des gouvernements fédéral et provinciaux. Les offices canadiens de commercialisation ont été fondés en application de la loi fédérale, tandis que les offices provinciaux de commercialisation l'ont été en vertu de lois provinciales. Les accords fédéraux-provinciaux, qui établissent le partage du marché national et les autres rapports de coopération, constituent de bons exemples de collaboration fédérale-provinciale.

Sur un marché compétitif, les producteurs individuels tentent habituellement d'accroître leur revenu par une augmentation de leur production et de leurs ventes. Mais sur un marché régi par la gestion des approvisionnements, la taille du contingent de production restreint la possibilité d'augmenter son revenu par un accroissement de la production. Le partage de la croissance du marché et l'achat de contingents additionnels constituent les seules façons de produire et de vendre des quantités plus considérables. Il n'est guère surprenant que jusqu'à 1994 les quatre offices aient consacré la plupart de leurs efforts au maintien du niveau des prix au moyen de diverses combinaisons de formules de coût de production et de formules d'établissement des prix. Il en est résulté des coûts et des prix au producteur plus élevés qu'ailleurs.

Manifestement, les possibilités de croissance varient considérablement pour les divers secteurs de l'industrie de la volaille. Les perspectives de croissance sont excellentes pour le poulet, et assez bonnes pour le dindon. Pour les oeufs de consommation, le marché est cependant plus incertain et ne laisse voir que bien peu de signes de croissance dans la demande, vu la mauvaise publicité qui lie les oeufs au cholestérol et à la salmonellose.

Les trois offices ont récemment réagi aux réalités du marché de façon des plus prévisibles. L'OCCP a augmenté sa production et baissé ses prix par suite de la croissance du marché. L'OCCD a fait voir qu'il était davantage prêt à satisfaire la demande. L'OCCO, dont le marché pour les oeufs de consommation est stagnant ou décroissant, a tenté d'augmenter les prélèvements administratifs et les prélèvements de coûts de production que paient les consommateurs, tout en réduisant ceux que doivent verser les producteurs. La position qu'a adoptée l'OCCO face aux réalités du marché perçues sera difficile à conserver quand se produiront les réductions substantielles dans les tarifs.

Chacun des offices chargés de la gestion des approvisionnements dans l'industrie de la volaille avait pour objet de promouvoir la production et la commercialisation de façon à en accroître

L'industrie du dindon a élaboré des structures pour faire participer les autres intervenants et elle prévoit modifier ses politiques, au besoin, pour améliorer sa compétitivité. L'Office canadien de commercialisation du dindon a aussi reconnu la nécessité d'exercer une plus grande sensibilité aux besoins changeants du marché.

Les pressions exercées sur les producteurs de poulet pour qu'ils réduisent le coût de leur production ont attiré l'attention sur l'écart entre les prix pratiqués pour les oeufs d'incubation au Canada et aux États-Unis. Le secteur des oeufs d'incubation de poulet à chair a terminé une étude sur l'efficacité. On peut faire davantage pour en améliorer la compétitivité. Tant les couvoitiers que les producteurs doivent améliorer leurs rapports de travail.

Dans l'industrie des oeufs, où l'Office canadien de commercialisation des oeufs participe lui-même directement à l'achat et à la vente du produit, la situation est plus favorable que jamais à une bonne coopération entre les producteurs, les détaillants, les postes de classement et les transformateurs pour réaliser vraiment le potentiel du marché des oeufs et des produits dérivés. Le temps nous dira si l'OCCO est capable de réorienter ses énergies vers l'avenir après avoir passé tant d'années à protéger la situation passée.

On a beaucoup parlé de souplesse accrue et de rigidité moindre, mais il devient impérieux de les mettre en pratique. Cela repose sur la seule confiance mutuelle entre tous les intervenants de la chaîne. À cet égard, le Conseil continuera à assumer un rôle d'animation, d'aide aux officiers de commercialisation dans la mise en oeuvre des changements proposés pour les diverses ententes et de ferme appui à l'évolution vers des régimes d'avantage axés sur le marché.

# Les enjeux et les possibilités

**En 1972,**

on a mis sur pied un régime de gestion des approvisionnements de volaille, qui repose sur la coopération entre les deux paliers supérieurs de gouvernement et les offices de commercialisation des deux niveaux, ainsi que sur l'harmonisation avec les contrôles à l'importation. Ce régime a permis à quelque 5 000 producteurs de volaille et d'œufs de bénéficier de revenus agricoles sensiblement plus élevés que la moyenne de revenus qu'ont reçus les agriculteurs spécialisés dans un autre secteur agricole. D'ailleurs, les producteurs canadiens de volaille affichent une valeur nette et un revenu net enviables.

Il faut toutefois que le secteur rehausse sa compétitivité sur un marché plus ouvert, puisse supporter une concurrence plus vive et sache mieux exploiter les possibilités offertes. Il ne fait aucun doute que l'amélioration de la compétitivité et de la sensibilité aux besoins du marché facilitera grandement, pour le secteur canadien de la volaille, l'inévitable transition à un marché mondial comportant moins de protection contre les importations.

Les régimes particuliers de commercialisation méthodique au Canada sont encore vivants et pleins de vigueur. Les signes de changement dans les attitudes commencent à être manifestes. De nombreux intervenants reconnaissent maintenant que ces régimes ne peuvent plus fonctionner en marge des tendances qui modifient les secteurs agricoles et industriels, tant au pays qu'à l'étranger. Tout au long de 1994, les producteurs, les transformateurs et les autres intervenants des secteurs régis par la gestion des approvisionnements ont fait face à la réalité de la disparition du GATT et de l'article XI, et de leur remplacement par la protection tarifaire et l'Organisation mondiale du commerce.

Dès le début, les objectifs des offices canadiens de commercialisation ont été nettement énoncés : « promouvoir la production et la commercialisation ... de façon à en accroître l'efficacité et la compétitivité » et « veiller aux intérêts tant des producteurs que des consommateurs » (article 21 de la Loi sur les offices des produits agricoles). Avec le temps, ces objectifs ont été dilués par l'adjonction de buts autres que ceux de la Loi, notamment le développement régional, une protection accrue des revenus et la poursuite d'intérêts purement provinciaux. Une telle évolution n'est pas nécessairement mauvaise ou inhabituelle. On peut voir de nombreux exemples d'autres politiques et programmes qui ont évolué d'une façon autre que celle qu'avaient initialement prévue les législateurs.

Ce qui précède indique que l'on aura vraiment l'occasion, au cours des cinq ou six prochaines années, de mettre l'accent sur les objectifs fondamentaux d'édifier des industries capables de survivre. Le défi connexe est de susciter la volonté de travailler en étroite coopération à la réalisation de ces objectifs puisque aucune province n'est désormais tenue de participer au régime national comme c'était le cas en application de l'article XI. Il est donc nécessaire de respecter des pratiques commerciales équitables, tant à court qu'à long terme.

L'industrie du poulet est devenue le chef de file du changement en prouvant qu'elle consentait à s'adapter et à rester un secteur vigoureux de l'agriculture et de l'agro-alimentaire au Canada. Une nouvelle méthode d'allocation des contingents de production a résulté en un accroissement de 14 p. cent de la production et 10 p. cent de la consommation. Les transformateurs de premier cycle assument désormais un rôle important dans la détermination des besoins en approvisionnement. Une surestimation de la demande à l'automne 1994 a nui à la rentabilité du secteur de la transformation. Une plus grande discipline et une expérience accrue, que l'on perçoit au début de 1995, devraient rétablir la situation globale sur le marché. Les consommateurs, les détaillants et les services alimentaires ont été les bénéficiaires de cette nouvelle méthode.

# Offices des produits agricoles

**La Loi sur** les offices des produits agricoles pourvoit à l'établissement des deux genres d'organismes, c.-à-d. les offices de commercialisation (gestion des approvisionnement) et les offices de promotion et de recherche.

## Un office de commercialisation :

☐ établit et répartit les contingents;

☐ fait la promotion des produits;

☐ cueille des fonds au moyen de prélèvements;

☐ délivre des permis de commercialisation;

☐ élimine les excédents (pour les oeufs).

À ce jour, quatre offices de commercialisation ont été établis en application de la Loi :

☐ l'Office canadien de commercialisation des oeufs;

☐ l'Office canadien de commercialisation du poulet;

☐ l'Office canadien de commercialisation du dindon;

☐ l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair.

Les offices de commercialisation sont des organismes de réglementation. La Loi leur attribue l'autorité et la responsabilité opérationnelle :

☐ d'élaborer et de gérer les plans de commercialisation;

☐ d'attribuer les contingents et les parts du marché;

☐ de percevoir des revenus sous forme de prélèvements.

## Un office de promotion et de recherche :

☐ perçoit des fonds au moyen d'un système national d'imposition de droits et peut imposer des prélèvements sur les importations de produits bruts et transformés;

☐ finance la recherche en production primaire, la mise au point de nouveaux produits, la recherche en nutrition, la publicité, la promotion et la prestation d'information aux consommateurs.

À ce jour, aucun office de promotion et de recherche n'a encore été établi.

## Membres du conseil

Président	Cliff McIsaac
Vice-président	Laurent Mercier
Membre exécutif	Roy Miske
Membre	Peggy Smyth
Membre	John Vissers
Membre	Reta Moyer
Membre	Linda Boxall*

\* Mme Linda Boxall a été nommée membre du Conseil le 30 juillet 1994.  
 \*\* M. Glenn Flaten, membre exécutif, a pris sa retraite le 1er juillet 1994.

## Personnel cadre

Directeur exécutif	Larry Matheson
Directeur, Opérations	Keith Wilkinson
Directrice, Affaires publiques et réglementation	Carola McWade
Directrice, Planification et gestion des projets	Terry Tunney
Spécialistes des denrées	Robert Botsford Jurgen Schifter Maurice Tovel Dan McDonald

Le Conseil est formé de trois à neuf membres dont, à part le président, au moins 50 p. cent doivent être des producteurs. Les membres sont nommés par le gouverneur en conseil. Actuellement, le Conseil compte sept membres, dont trois à temps plein : le président, le vice-président et le membre exécutif.

Au cours de l'année dernière, le Conseil a participé aux activités du Groupe de travail fédéral-provincial sur la commercialisation méthodique, qu'a présidé le député Lyle Vanchief. Ce groupe de travail a établi des comités spéciaux pour les oeufs, le poulet, le dindon et les oeufs d'incubation de poulet à chair. Le personnel du Conseil était chargé de la prestation de services d'analyse, de soutien technique et d'aide au secrétariat du Groupe de travail, ainsi que de rédiger divers rapports destinés aux ministres.

De plus, le Conseil a fourni un appui logistique et financier pour un colloque dont le thème était «Un régime de gestion des approvisionnement en transition vers le XXI<sup>e</sup> siècle». Le colloque a eu lieu au Campus MacDonald de l'Université McGill du 28 au 30 juin 1994.

Le colloque avait pour but d'examiner les principales questions concernant la gestion des approvisionnements, de produire un recueil exhaustif de connaissances, d'améliorer la compréhension qu'on a des régimes de gestion des approvisionnements et de saisir leur orientation. Le compte rendu du colloque est déjà disponible, et on publiera plus tard en 1995 un volume de référence.

# Conseil national des produits agricoles

**Le Conseil** national de commercialisation des produits agricoles (le Conseil) a été établi en 1972 en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (la Loi). La Loi harmonisait les pouvoirs de commercialisation des provinces, qui étaient limités au commerce intra-provincial, avec ceux du gouvernement fédéral, qui portaient sur le commerce interprovincial et international. Les offices canadiens de commercialisation ont été établis en application de cette loi habilitante. En 1993, le Parlement a modifié la Loi afin de permettre l'établissement d'offices canadiens de promotion et de recherche. De plus, le titre de la Loi a été changé à Loi sur les offices des produits agricoles, et le nom de notre organisme est devenu Conseil national des produits agricoles.

Le Conseil a été établi afin :

de conseiller le ministre sur les questions relatives à la création et au fonctionnement des offices prévus par la Loi en vue de maintenir et promouvoir une industrie agricole efficace et compétitive;

de réviser les activités des offices afin de s'assurer qu'elles concordent avec les objectifs énoncés dans la Loi;

de travailler avec les offices à améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial et d'exportation;

de travailler avec les offices de promotion et de recherche à accomplir leurs activités de promotion et de recherche pour les produits agricoles.

La mission du Conseil est :

**de veiller à ce que le régime national de gestion des approvisionnements fonctionne dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, ainsi que d'habilliter et d'appuyer les offices de promotion et de recherche.**

Le Conseil n'est pas un organisme de réglementation. Il assure un suivi, effectue des examens et informe le ministre de l'Agriculture et de l'Agro-alimentaire concernant toutes les activités d'un office. Le Conseil doit approuver les ordonnances et les règlements qu'élaborent les offices canadiens.

Le Conseil a tenu treize réunions en 1994-1995.

En outre, le Conseil règle les différends entre les offices et les signataires des accords fédéraux-provinciaux, en plus d'instruire les plaintes déposées par les tierces parties, notamment les transformateurs et les consommateurs.

Le Conseil a tenu une audience en 1994-1995. Les offices de commercialisation du poulet du Québec, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve avaient porté en appel la décision de l'Office canadien de commercialisation du poulet concernant le contingent établi pour la troisième période de 1994. Le Conseil a tranché le différend en faveur de l'Office canadien.

Le Conseil peut tenir des audiences publiques concernant tout aspect des activités d'un office et doit tenir de telles audiences concernant une proposition d'établissement d'un nouvel office. Lorsqu'il tient une audience, le Conseil dispose de tous les pouvoirs attribués à un commissaire nommé en application de la Partie I de la Loi sur les enquêtes.

Le Conseil n'a pas tenu d'audience publique en 1994-1995.



Juin 1995

L'honorable Ralph Goodale  
Ministre de l'Agriculture  
et de l'Agro-alimentaire Canada  
(Ottawa (Ontario))

Monsieur le ministre,

Mes collègues et moi avons le plaisir de vous présenter le rapport annuel des activités du Conseil national des produits agricoles (CNPA) pour l'exercice financier se terminant le 31 mars 1995.

Le Groupe de travail mis sur pied par les ministres fédéral et provinciaux a commencé à fonctionner au début de mars 1994. Cet organisme était chargé de conseiller le ministre quant aux changements nécessaires pour résoudre des questions touchant la commercialisation méthodique et durable, suite aux changements découlant de la Ronde de l'Uruguay. L'utilisation de contrôles à l'importation en application de l'article XI du GATT s'est poursuivie tout au long de 1994.

Le Groupe de travail a longuement consulté les intervenants et a consacré beaucoup de temps à tous les aspects des activités des offices de commercialisation, même à certains aspects non directement liés à son mandat. Néanmoins, les discussions qui en ont résulté ont permis aux intervenants de participer de façon effective et de faire valoir leurs points de vue.

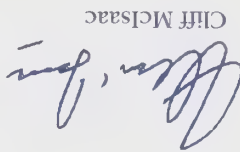
Avant la création du Groupe de travail, l'industrie du poulet s'était engagée à réviser en profondeur ses politiques d'allocation. Au milieu de l'année 1994, l'Office canadien de commercialisation du poulet avait élaboré une ébauche d'entente visant à accorder aux transformateurs de premier cycle la capacité de participer à l'établissement des approvisionnement sur une base provinciale. C'était un changement radical par rapport aux années précédentes. À la fin de l'année, on poursuivait encore la mise au point de cette nouvelle méthode. Le Conseil a travaillé étroitement avec l'industrie, qui s'engageait alors sur un terrain peu familier. Adopté malgré l'opposition de certains participants, le nouveau régime a montré que le marché canadien du poulet avait un potentiel nettement supérieur à la croissance passée.

Tout au long de 1995, le Conseil et ses homologues provinciaux s'appliquent à mettre en œuvre les recommandations adoptées pour le poulet par les ministres fédéral et provinciaux à leur réunion de décembre dernier. Ces recommandations comprenaient les mesures nécessaires pour intégrer les Territoires du Nord-Ouest, à titre de membre, dans les offices des oeufs, du poulet et du dindon.

Au nom du Conseil, je vous remercie du ferme appui que vous avez accordé durant l'exercice qui prend fin et vous assure que nous abordons 1995 dans la perspective d'une année productive.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le ministre, mes sentiments les plus distingués.

Le président



Cliff McIsaac

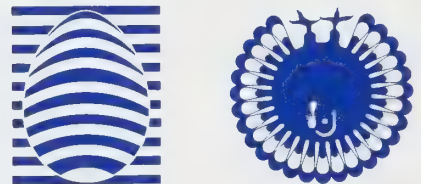


# Table des matières

3	Lettre au ministre
5	Le Conseil national des produits agricoles
7	Membres du Conseil
8	Offices canadiens des produits agricoles
9	Les enjeux et les possibilités
11	Article
13	Groupe de travail sur la commercialisation méthodique
Rapports sur les offices :	
17	Office canadien de commercialisation des oeufs
27	Office canadien de commercialisation du poulet
37	Office canadien de commercialisation du dindon
41	Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair
47	Offices de promotion et de recherche
48	Lignes directrices sur les coûts de production



# Conseil national des produits agricoles



Revue annuelle  
1994-1995





OCT 4 1995



3 1761 11551867 2